

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**TRABAJO DE GRADUACIÓN:**

**PLAN DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE  
CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE  
ACUÁTICO AMAPULAPA, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

**PRESENTADO POR:**

<b>VIOLETA NINOSKA MENA ANGEL</b>	<b>MA11070</b>
<b>PATRICIA JASSMÍN MORENO MENDOZA</b>	<b>MM11153</b>
<b>JASMIN IVETH ZELADA VENTURA</b>	<b>ZV11005</b>

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ABRIL 2018**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTRO AMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Rector: Máster Roger Armando Arias Alvarado**

**Secretario: Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez**

**Secretaria: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo**

**Director general de procesos de graduación: Lic. Mauricio Ernesto Magaña**

**TRIBUNAL CALIFICADOR**

**Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez**

**Lic. David Mauricio Lima Jaco**

**Lic. Alfonso López Ortiz (Docente asesor)**

**ABRIL 2018**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTRO AMÉRICA**

## AGRADECIMIENTOS

*Agradezco principalmente a Dios todo poderoso por permitirme culminar una de mis metas, por brindarme sabiduría, paciencia y fortaleza en culminar mis estudios, seguidamente a mi familia por su apoyo incondicional, a mi hermana Celia Reyes, así mismo la persona que más amo a mi querida madre por brindarme fortaleza a través de sus oraciones, palabras de aliento, para darme el coraje para seguir adelante día a día a pesar de las dificultades, al Licenciado Alfonso López Ortiz por apoyarnos con sus conocimientos, por toda su colaboración, compromiso y tiempo brindado a lo largo de la realización del trabajo de investigación.*

*Jasmin Iveth Zelada Ventura*

*Agradecida de todo corazón primeramente a mi Dios porque él ha sido el único que me ha dado la sabiduría, fuerza y valentía. Él ha ido cumpliendo cada uno de los objetivos propuestos y uno de ellos es haber culminado la carrera de Licenciada en Administración de Empresas, al llegar hasta esta etapa de vida es una gran alegría para mis padres: Rosa Isabel Mendoza Beltrán y José Cruz Moreno Serrano y hermanos: Dennis Alexis Moreno Mendoza y Beatriz Elizabeth Moreno Mendoza ya que ellos son mi motor para seguir adelante y esforzarme cada día. A mis amigos/as Diana Carreño, Andrea Mata, Sebastián Montes y Violeta Mena por brindarme su confianza, cariño y apoyo incondicional. Cada uno de ustedes son una gran Bendición en mi vida. Además a cada uno de los Licenciados/as que a lo largo de la carrera nos proporcionaron de su conocimiento. Finalmente muchas gracias Lic. Alfonso López Ortiz por su orientación y paciencia que nos brindó para concluir el trabajo de investigación.*

*Patricia Jassmín Moreno Mendoza*

*Sabemos que la prueba ejercita la paciencia, que la paciencia nos hace madurar y que la madurez aviva la esperanza!!! Es de esta manera más sincera y humilde en darles las gracias a nuestras divinas personas Padre, Madre, Hijo y Espíritu santo por permitirme y regalarme su infinito amor, fortaleza, perseverancia, sabiduría, en sí por bendecirme grandemente en culminar una de las metas más importantes de mi vida. A mis padres Silvia Angélica Ángel de Mena (Q.D.D.G) y Armando Mena, por su gran amor, apoyo, ayuda incondicional tanto en lo económico como en lo moral y por ser mi mayor ejemplo e inspiración para seguir siempre hacia adelante. A mis hermanos Ángel Armando Mena Ángel y Leonardo Ezequiel Mena Ángel por su apoyo y cariño. Un agradecimiento especial a mi tío Ángel Mena por su apoyo incondicional. A mis amistades que conocí a lo largo de mi carrera y sobre todo con mucho cariño a Paty y Jasmin amigas y compañeras de equipo del trabajo de investigación y a nuestro asesor Lic. Alfonso López Ortiz por su tiempo, paciencia, conocimiento, orientación, y colaboración brindada a lo largo de este tiempo para poder concluir de buena manera. A todos y cada uno de ustedes Mil Gracias.*

*Violeta Ninoska Mena Angel*

*Agradecemos de antemano al Jefe de la Unidad de turicentros y parques del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y al administrador del parque acuático Amapulapa por la información brindada a lo largo de nuestro trabajo de investigación.*

*Equipo de trabajo.*

<i>RESUMEN</i> .....	<i>i</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	<i>iii</i>
<i>CAPÍTULO I</i> .....	<i>1</i>
<i>MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE TURISMO, DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA, PLAN DE CAPACITACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE E INTELIGENCIA EMOCIONAL</i> .....	<i>1</i>
<i>A. ANTECEDENTES DE TURISMO EN EL SALVADOR</i> .....	<i>1</i>
1. <i>Importancia</i> .....	<i>2</i>
2. <i>Aspectos teóricos</i> .....	<i>2</i>
3. <i>Tipos</i> .....	<i>3</i>
4. <i>Elementos</i> .....	<i>8</i>
<i>B. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS PARQUES ACUÁTICOS</i> .....	<i>9</i>
<i>C. Definiciones del parque acuático</i> .....	<i>10</i>
<i>D. GENERALIDADES DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA</i> .....	<i>10</i>
1. <i>Origen</i> .....	<i>10</i>
2. <i>Estructura organizativa</i> .....	<i>11</i>
3. <i>Servicios</i> .....	<i>11</i>
<i>E. “GENERALIDADES DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)</i> .....	<i>13</i>
1. <i>Antecedentes</i> .....	<i>13</i>
2. <i>Estructura organizativa del ISTU</i> .....	<i>15</i>
3. <i>Marco legal</i> .....	<i>16</i>
<i>F. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE CAPACITACIÓN</i> .....	<i>21</i>
1. <i>Definición</i> .....	<i>21</i>
2. <i>Importancia</i> .....	<i>22</i>
3. <i>Características</i> .....	<i>23</i>
4. <i>Tipos</i> .....	<i>23</i>
5. <i>Herramientas</i> .....	<i>24</i>
6. <i>Objetivos</i> .....	<i>24</i>
7. <i>Estructura</i> .....	<i>25</i>
8. <i>Etapas</i> .....	<i>25</i>

<b><i>G. GENERALIDADES DE ATENCIÓN AL CLIENTE.</i></b> .....	<b>30</b>
1. Definición .....	30
2. Factores que determinan el perfil del cliente.....	31
3. Tipos de clientes.....	32
4. Importancia.....	35
5. Factores que intervienen en el servicio de atención al cliente. ....	35
6. Calidad en el servicio de atención al cliente. ....	36
7. Características personales para el éxito en la atención al cliente. ....	37
8. Aspectos generales de las competencias. ....	38
<b><i>H. GENERALIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL (IE)</i></b> .....	<b>41</b>
1. Definiciones .....	41
2. Elementos de la inteligencia emocional. ....	41
3. Tipos de inteligencia emocional .....	43
4. La inteligencia emocional y sus consecuencias biológicas.....	44
5. Emociones en el centro de trabajo. ....	46
6. Pilares de la inteligencia emocional.....	48
<b><i>I. MATRIZ FODA</i></b> .....	<b>52</b>
1. Conceptos generales.....	52
2. Importancia.....	53
3. Procedimiento para realizar una matriz FODA .....	53
<b><i>CAPÍTULO II</i></b> .....	<b>55</b>
<b><i>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA DEL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.</i></b> .....	<b>55</b>
<b><i>A. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN</i></b> .....	<b>55</b>
General .....	55
Específicos.....	55
<b><i>B. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN</i></b> .....	<b>55</b>
<b><i>C. Metodología de la investigación</i></b> .....	<b>56</b>
1. Método de investigación.....	56
2. Tipos de investigación .....	56

3.	Diseño de la investigación.....	57
4.	Técnicas e instrumentos de investigación .....	57
5.	Fuentes de información.....	58
6.	Ámbito de investigación .....	59
7.	Unidades de análisis .....	59
8.	Determinación del universo y muestra .....	60
<b><i>D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA DEL MUNICIPIO DE SAN VICENTE. ....</i></b>		
1.	Cuestionario dirigido a clientes .....	62
2.	Cuestionario dirigido a empleados del parque acuático Amapulapa .....	64
3.	Análisis de información por entrevista dirigida al administrador del parque acuático Amapulapa.....	66
4.	Guía de observación.....	67
5.	Análisis FODA.....	69
6.	Diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC) .....	71
7.	Alcances y limitaciones .....	72
<b><i>E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</i></b>		
<b><i>CAPÍTULO III.....</i></b>		
<b><i>PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.....</i></b>		
<b><i>A. IMPORTANCIA.....</i></b>		
<b><i>B. OBJETIVOS .....</i></b>		
	General .....	77
	Específicos.....	77
<b><i>C. Filosofía organizativa propuesta del parque acuático Amapulapa. ....</i></b>		
1.	Misión.....	78
2.	Visión.....	78
3.	Valores.....	78

4. Objetivos.....	79
<b>D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.....</b>	<b>80</b>
1. Organigrama Propuesto.....	80
2. Funciones.....	81
<b>F. CONTENIDO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN .....</b>	<b>83</b>
<b>G. ENFOQUE DEL PLAN DE CAPACITACIÓN .....</b>	<b>84</b>
1. Definición de contenidos por módulos.....	85
2. Ámbito de aplicación.....	85
3. Forma de ejecutar.....	85
4. Lugar de la capacitación.....	86
5. Perfil del facilitador de la capacitación .....	87
6. Políticas .....	89
7. Metodología .....	90
8. Métodos de enseñanza.....	91
9. Medios de enseñanza.....	91
<b>H. MÓDULOS A IMPLEMENTAR AL PLAN DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.....</b>	<b>92</b>
1. Módulo I: Inteligencia emocional.....	92
2. Módulo II: Emociones en el trabajo.....	97
3. Módulo III: Atención al cliente .....	100
4. Módulo IV: Competencias de servicio de atención al cliente. ....	104
5. Módulo V: Comunicación efectiva .....	107
6. Módulo VI: Motivación y estrés laboral.....	111
7. Presupuesto del plan de capacitación en Inteligencia Emocional.....	115
8. Plan general de capacitación.....	117
Plan general de capacitación .....	117
<b>I. EVALUACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.....</b>	<b>118</b>
1. Hoja de evaluación para los participantes por parte del facilitador .....	119
2. Hoja de evaluación para el facilitador por parte de los participantes.....	120

3.	Hoja de control de asistencia a las capacitaciones .....	122
4.	Diploma de participación .....	123
<b><i>J. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.....</i></b>		
<b><i>124</i></b>		
1.	Objetivos.....	124
2.	Materiales y recursos necesarios .....	124
3.	Gastos para implementar el plan de capacitación .....	126
4.	Cronograma de actividades del plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.....	127
<b><i>BIBLIOGRAFÍA .....</i></b>		<b><i>128</i></b>
<b>ANEXOS</b>		
<b>ANEXO 1 Cuestionario dirigido a los clientes</b>		
<b>ANEXO 2 Tabulación de Cuestionario dirigido a los clientes</b>		
<b>ANEXO 3 Cuestionario dirigido a los empleados del parque acuático Amapulapa</b>		
<b>ANEXO 4 Tabulación del cuestionario dirigido a los empleados del parque acuático Amapulapa</b>		
<b>ANEXO 5 Guía de entrevista dirigida al administrador del parque acuático Amapulapa</b>		
<b>ANEXO 6 Recopilación de información de la Guía de entrevista dirigida al administrador del parque acuático Amapulapa</b>		
<b>ANEXO 7 Guía de observación</b>		
<b>ANEXO 8 Recopilación de información de la Guía de observación</b>		
<b>ANEXO 9 Fotos del parque acuático Amapulapa</b>		
<b>ANEXO 10 Cotizaciones del INSAFORP</b>		

## RESUMEN

El origen del tema fue a raíz de la problemática que expresaron los diferentes administradores de los catorce parques recreativos con los que cuenta el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) , debido a que el parque acuático Amapulapa es el que cuenta con una mayor demanda de turistas y a la información brindada por el administrador del turicentro respecto a la deficiencia en el servicio de atención al cliente que brindan los empleados, fue la causa que motivo a investigar dicha problemática y a la vez proponer un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a fortalecer las competencias de los empleados de dicho parque acuático.

El parque acuático Amapulapa, ubicado en el municipio de San Vicente ofrece al visitante una diversidad de servicios que garantizan su diversión y esparcimiento, su infraestructura está conformada por piscinas, zonas verdes, comedores y cabañas. Además la riqueza de este parque natural se encuentra en su suelo de origen volcánico dominado por cenizas y lava.

Por otra parte, las principales necesidades que presenta el turicentro son: fortalecimiento de las competencias del servicio de atención al cliente, motivación y relaciones interpersonales de tal modo que se ve la necesidad de implementar un plan de capacitación en inteligencia emocional.

Todo esto da origen a la investigación que tiene como objetivo optimizar las competencias del servicio y atención al visitante el cual les proporcione nuevos conocimientos. De tal modo que contribuya al crecimiento de la afluencia de los clientes.

Para realizar la investigación de campo se aplicó el método científico, además de utilizar métodos auxiliares tales como el Analítico y Sintético se utilizó el tipo de investigación descriptiva para detallar el problema en estudio, permitiendo establecer contacto con las circunstancias que atraviesa el parque acuático Amapulapa, también se hizo uso de las técnicas como la entrevista, encuesta, observación directa e instrumentos que permitieron

recabar la información a través del cuestionario que fue dirigido a los empleados del parque acuático Amapulapa y visitantes, guía de entrevista suministrada al administrador finalizando con la guía de observación.

Por otra parte se hizo uso de fuentes primarias tales como la información proporcionada por el cliente, los empleados y administrador del parque acuático Amapulapa, de igual manera se utilizaron fuentes secundarias por medio de documentos proporcionados por el jefe y administrador del turicentro, sitios web, revistas, folletos, apuntes de otras asignaturas y trabajos de investigación. Una vez recolectados los datos se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de los mismos, lo cual permitió la elaboración del diagnóstico que sirvió de base para concluir y recomendar aspectos importantes.

Las principales conclusiones que se establecieron son las siguientes:

1. La mayoría de los empleados del parque acuático Amapulapa desconoce el significado de inteligencia emocional.
2. El servicio y atención al cliente resulto deficiente en cuanto a la evaluación por parte de los turistas dado que fue calificado como bueno respecto a otro turicentro que han visitado.

Recomendaciones:

1. Es recomendable brindar capacitaciones sobre inteligencia emocional con enfoque al servicio y atención al cliente.
2. Es recomendable fortalecer las competencias de servicio de atención al cliente a través de capacitaciones que fomenten el trabajo en equipo, comunicación, empatía y estrategias para la solución de posibles conflictos con los visitantes.

## INTRODUCCIÓN

La satisfacción del cliente depende de la actitud de los empleados y como consecuencia, el éxito empresarial depende de ellos, por lo tanto, un plan de capacitación que contribuya a mejorar las competencias del servicio de atención al cliente.

En el presente documento se ha desarrollado la investigación titulada: “Plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa, ubicado en el municipio de San Vicente” con la finalidad de mejorar el desarrollo de sus labores diarias y fortalecer la autosostenibilidad. A continuación, se detalla el contenido de cada uno de los capítulos que componen el documento:

**Capítulo I:** Este capítulo hace referencia sobre las generalidades del turismo, conceptos generales y tipos de turismo. Así mismo se menciona las generalidades e historia del parque acuático. Por otra parte, está integrado por las generalidades de capacitación, atención al cliente e inteligencia emocional.

**Capítulo II:** En este capítulo se presenta el diagnóstico de la situación actual con respecto a la atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa, asimismo se presenta los instrumentos y técnicas utilizadas en la metodología para obtener la información por medio de la investigación de campo en el cual van incluidos los objetivos y la importancia, además el análisis e interpretación de datos y finalmente se encuentra integrado con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

**Capítulo III:** En este apartado se establece la propuesta del plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al visitante que ofrecen los empleados, dicha propuesta está integrada por el enfoque del plan de capacitación, módulos, dinámicas, evaluación y plan de implementación; además se presentan las diversas fuentes bibliográficas y anexos que sirvieron como orientación para la elaboración del presente trabajo de investigación.

## ***CAPÍTULO I***

### **MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE TURISMO, DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA, PLAN DE CAPACITACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE E INTELIGENCIA EMOCIONAL.**

#### **A. ANTECEDENTES DE TURISMO EN EL SALVADOR**

“La primera iniciativa para fomentar el turismo en El Salvador se realizó en 1924, bajo el Gobierno del presidente Alfonso Quiñones Molina, con la creación de La Junta de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tenía como objetivo fomentar el turismo nacional y extranjero.

A partir del año 1930, dado que se facilitaron nuevas vías de comunicación se hizo necesario crear la Junta Nacional de Turismo, la cual fue el enlace entre el gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos.

En 1946, se crea el Departamento Nacional de Turismo como sección del Ministerio de Relaciones Exteriores. Seguidamente para el año de 1947, se celebra una Asamblea Nacional de Turismo.

En 1961 se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora. Dos factores impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera: primero, la motivación de la iniciativa privada al identificar la rentabilidad de este tipo de inversiones; segundo, los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas al sector.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Alvarado M. Claudia E., Reyes Q. Cindy (2013), Evolución y Desarrollo de Turismo en El Salvador. Trabajo Final de Historia, 1-2 Recuperado de:  
[http://www.uca.edu.sv/sociologia/media/archivo/359dd1\\_evolucionydesarrollodelturismoenelsalvador.pdf](http://www.uca.edu.sv/sociologia/media/archivo/359dd1_evolucionydesarrollodelturismoenelsalvador.pdf)

## **1. Importancia.**

### ***1.1. Económica***

“Entre los beneficios que la actividad turística brinda a la economía están: la creación de empleo, las divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, el aumento de los ingresos públicos y promoción a la inversión. Por lo tanto, es uno de los medios más importantes para la generación del Producto Interno Bruto de las naciones.

### ***1.2. Social***

La llegada del turista ayuda a mantener y mejorar la infraestructura y servicios locales; por ejemplo: carreteras, transporte público, comercio, servicios públicos, entre otros de este modo contribuye a mejorar el nivel de vida de los habitantes locales. Además, puede crear oportunidades para grupos tradicionalmente desfavorecidos, como jóvenes, mujeres y ancianos; además facilita el conocimiento de otras formas de vida enriqueciendo la propia.

### ***1.3. Ambiental***

Los problemas de contaminación, depredación y deforestación, entre otros que a veces, genera la actividad turística han dado lugar a la formulación de medidas de conservación y mejoramiento de la calidad ambiental. En este sentido, el turismo puede y debe contribuir a la revalorización del entorno natural de las zonas en las que desarrolla su actividad, pues un entorno bien preservado, ayuda a elevar la calidad de la actividad turística y a dinamizar la economía local y nacional.”<sup>2</sup>

## **2. Aspectos teóricos.**

### **Conceptos generales**

#### **2.1. Turismo.**

- Oscar de la Torre Padilla (1997), define turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos, o grupos de

---

<sup>2</sup> Ayala V. Karen y otros (2016) plan de negocios para contribuir al logro de la autosostenibilidad del parque acuático municipal Playa Conchalí del Puerto La Libertad, Capítulo I  
Perfil del parque acuático municipal playa Conchalí y Conceptualización del plan de negocios y aspectos básicos de la autosostenibilidad, Generalidades del turismo en El Salvador, UES, página 1-2.

personas fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

- José Ignacio de Arrillaga (1955) determina que turismo es el desplazamiento temporal 1determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.
- “La Organización Mundial del Turismo define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos.”<sup>3</sup>
- De acuerdo a las definiciones anteriores se entiende turismo como el traslado que las personas realizan de su lugar de residencia a otro ya sea dentro o fuera de su país con el objetivo de recrearse, culturizarse u otros fines.

### 3. Tipos

- *El ecoturismo o turismo ecológico*

“Es la modalidad de turismo naturalista más especializado, ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales (flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, entre otros), con la integración de las comunidades locales y a través de empresas eco-turísticas donde existe una política de planificación y manejo de los recursos naturales a todos los niveles.

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN define al ecoturismo como: aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación

---

<sup>3</sup> Díaz Brizuela Andrea (2014), marco de referencia de la escuela secundaria orientada ciclo orientado en turismo, 1-1, Recuperado de [http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/marco\\_turismo.pdf](http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/marco_turismo.pdf)

cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo.

- ***El turismo de aventura***

Comprende los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, el cual será prestado por personas físicas que involucren un nivel de habilidades a superar en donde se participa en armonía con el medio ambiente, respetando los recursos naturales y patrimonio cultural.

También el turismo de aventura estará sujeto a que el prestador de servicios turísticos conozca las medidas de seguridad antes y durante la prestación del servicio a efecto de brindar mayor seguridad a la integridad física del turista.

- ***Turismo Sol y playa***

Es el más solicitado y de excelencia ya que se pueden realizar diferentes actividades. Por lo tanto, es la máxima expresión del turismo de masas, Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad.

- ***Turismo Cultural***

Es el que tiene como fin el acercamiento de la cultura de otros países, incluyendo visitar a museos monumentos históricos, etc. De tal manera que es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.

- **Turismo Gastronómico**

Su finalidad es mostrar y explicar al agro turista todo el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias. Este tipo de turismo prevalece en las zonas altas del país y en las zonas de las riveras en donde se cultivan gran variedad de hortalizas y frutas de climas templados, en estos lugares el turista tiene la oportunidad de degustar y obtener frutas y verduras frescas.

- ***Turismo de Reuniones***

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos, normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Además, las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

- ***Turismo médico***

Turismo enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educacionales y recreativas y a la vez cuidan su salud. Turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutan.

Los beneficios del turismo de salud son variados y van de acuerdo a los requerimientos de los turistas que viajan en busca de mejorar su salud, ya sean curación de padecimientos crónicos, combatir adicciones, control de peso, reactivación orgánica general, etc.

- ***Turismo deportivo***

El turismo deportivo tiene como objetivo la práctica de algún deporte, combina perfectamente el viaje de turismo y encuentros amistosos en la práctica de su deporte favorito.

De tal modo, que consiste en viajar a lugares que ofrecen determinadas características que son ideales para la práctica de algún deporte y al mismo tiempo disfrutar del entorno natural del lugar que se está visitando, permite vivir experiencias diferentes y emocionantes que unen a las personas que lo practican o lo ven.”<sup>4</sup>

- ***Turismo religioso***

“Se centra en torno a los lugares sagrados de las religiones, teniendo como principal motivación la fe religiosa. Este tipo de turismo tiene un muy amplio mercado, pues cada año llegan millones de turistas (peregrinos), a los lugares que cada religión considera sagrados.

- ***El turismo rural***

Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades. Las instalaciones suelen ser antiguas que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

**Factores del turismo rural:**

- Riqueza histórico-cultural
- Sentimientos que despierta el lugar
- Limpieza y tranquilidad del entorno
- Trato recibido
- Armonía del entorno
- Mantenimiento del estilo arquitectónico.

---

<sup>4</sup> Entorno turístico, tipos de turismo (2017). Recuperado de: <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

- Tiendas
- Riqueza histórico-paisajística
- Gestión turístico-cultural
- Oferta turística complementaria

- *Turismo científico*

Es un segmento del turismo de intereses especiales, donde los productos se coordinan con el desarrollo de conocimientos científicos, generando oportunidades de apoyo para las investigaciones, así como transferencia de conocimientos al público no especialista.

- *Agroturismo*

Es una explotación agropecuaria que combina la recreación tradicional con el contacto con la vida rural, conociendo el modo y las tradiciones campesinas asociando la participación y la observación activa de los turistas en las zonas agropecuarias, prestando un servicio por la experiencia, es una actividad que se realiza en espacios abiertos naturales de pequeñas localidades.

- *Turismo joven*

El turismo joven incluye los viajes independientes (sin estar acompañados por un padre o tutor personal) durante períodos de menos de un año realizados por personas de entre 16 y 29 años de edad que están motivadas, en parte o totalmente, por el deseo de experimentar otras culturas, construir una experiencia vital y/o beneficiarse de oportunidades de aprendizaje formales o informales en un entorno que no es el habitual.

**Según el plan quinquenal de desarrollo 2014-2019 capítulo IV: L.1.10.6. Desarrollar nuevos productos y fomentar el desarrollo;** los tipos de turismo en el cual se basa el parque acuático Amapalupa son: agroturismo, turismo médico, turismo rural comunitario, turismo joven, ecoturismo, turismo de aventura y turismo deportivo.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Tipos de turismo (2017. Recuperado de: <http://10tipos.com/tipos-de-turismo/>)

#### **4. Elementos.**

- *Atractivos turísticos*

“Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

- *Infraestructura*

En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico. Son 3 tipos de infraestructura: marítima, terrestre y aérea.

- *Servicios*

En el sistema turístico se encuentran dos tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios.

- *Turistas*

Son aquellos visitantes que se trasladan a un lugar dentro o fuera de un determinado país, por menos de veinticuatro horas siempre que este sea diferente al de su residencia habitual y que hagan uso de los servicios turísticos ofrecidos en dicho lugar. Las características que lo definen como turista no responden a un sólo aspecto, por ejemplo, el cultural. Aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural es turista. Sin embargo, una persona que visita por motivos de salud puede cumplir con otras

características que lo definen como turista, y, sin embargo, no visitó un lugar para aumentar su conocimiento, ni para aprender más.”<sup>6</sup>

- *Visitante*

“Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugares visitados.

- *Excursionistas*

Todo excursionista es un viajero, pero aquí la condición radica en que durante sus viajes no deben durar más de 24 horas en el destino.

Los excursionistas se dividen en dos categorías principales:

**Excursionista interno** o visitante interno del día, se refiere a los residentes de un mismo país que realizan excursiones por motivos de ocio o turismo a una localidad, atracción o servicios fuera de su lugar habitual de residencia y que no pernocta en algún alojamiento colectivo o privado del lugar visitado.

**Excursionista internacional** o visitante internacional del día, se refiere a todo visitante internacional que no permanece en ningún alojamiento colectivo o privado del lugar visitado. “<sup>7</sup>

## **B. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS PARQUES ACUÁTICOS.**

En 1948 se comienza la construcción de una red de turicentros a lo largo y ancho del país, denominando como turicentro todo aquel sitio que sirve para la recreación y esparcimiento de los visitantes; los cuales buscan un momento de relajamiento y distracción en compañía de sus diferentes grupos familiares y de amigos.

---

<sup>6</sup> López Marcos (2017), Revista Entorno Turístico Hablemos de Turismo, 5 elementos básicos del turismo, 1-1

<sup>7</sup> Ayala V. Karen y otros IDEM, cita n°2 página 2.

Los turicentros tienden a evolucionar debido a que deben de estar en constante progreso para complacer las necesidades del visitante, a la vez satisfacer sus diferentes y exigentes gustos y preferencias.

Ya que los turicentros se han convertido en el destino favorito de las familias de clase media y media baja en varias zonas del país, es que este término a sufrido cambios y esto se debe a que cada día los gustos y preferencias de los visitantes se vuelven más complejos y es por ello que en la actualidad son conocidos como parques acuáticos.”

En el año 2017, el Instituto Salvadoreño de Turismo administra a nivel nacional un total de catorce parques recreativos, entre los cuales se encuentran naturales y acuáticos.<sup>8</sup>

### C. Definiciones del parque acuático

- **Parque acuático:** “son centros de recreación masiva, construidos y equipados con atracciones y juegos básicamente con agua. Son en esencia centros para disfrutar con seguridad durante horas en compañía de amigos y familiares.
- **Parque acuático:** es todo recinto, con control de acceso público, constituido por diversas atracciones recreativas acuáticas e instalaciones complementarias (cafeterías, restaurantes, tiendas, etc.), con independencia de su titularidad pública o privada o de su finalidad lucrativa o no.”<sup>9</sup>

De acuerdo a las definiciones anteriores parque acuático es toda instalación, que se encuentra conformada por atracciones, juegos e infraestructura adicionales cuyo objetivo es recrear, a los visitantes.

## D. GENERALIDADES DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.

### 1. Origen.

---

<sup>8</sup> Tenesaca Diego (2013) Tomo 1 Planeta Azul Definiciones de Parque acuático Recuperado de: <http://parquesdeagua.blogspot.com/p/blog-page.html>.

<sup>9</sup> Pimentel María (2012) España , Tomo 1 Ocio y Deportes Parques acuáticos Revista Consumoteca, Consumidores bien informados.

“Amapulapa el nombre en náhuatl significa: Río donde se hunden los Amates. Además está ubicado cerca de la ciudad de San Vicente a 60 kilómetros al oriente de San Salvador.

Se expresa que este se formó en 1774 a causa de un deslave del Volcán de San Vicente, pero hasta 1954 se dio por inaugurado.

Este paraje recreativo tiene una extensión de 33 manzanas y la riqueza de este parque natural se encuentra en su suelo de origen volcánico dominado por cenizas y lava. En él afloran muchos nacimientos de agua de los cuales se nutre el mismo, la flora está caracterizada por los Amates, los cuales embellecen el lugar.

La peculiaridad de Amapulapa es que goza de impresionantes escenarios además del agua limpia, donde los visitantes disfrutan de un descanso excepcional. Además de ello cuenta con las características siguientes: brinda diversión segura a sus visitantes, posee diferentes áreas juegos cuenta con manuales de mantenimiento para que los juegos estén en óptimas condiciones de uso durante mucho tiempo, hay socorristas o guardavidas, mantiene un ambiente de higiene y amabilidad sin faltar los vestidores y sanitarios para ambos sexos.

## **2. Estructura organizativa.**

Debido a que el parque acuático Amapulapa depende de la Unidad de Turicentros y Parques del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), no posee una estructura organizativa establecida a pesar de que cuenta con puestos de trabajo ya determinados.

## **3. Servicios**

Ofrece los servicios de cuatro piscinas para adultos, tobogán acuático, tres piscinas para niños y la reciente remodelación de su piscina principal con juegos acuáticos para los pequeños y mejoramiento de las áreas de descanso del parque.

Cuenta con servicios de guarda parques (vigilantes), guardavidas y treinta y seis cabañas familiares; en el lugar se encuentran doce merenderos para disfrutar de deliciosos platillos típicos y tradicionales, el parque también cuenta con desvestideros y servicios sanitarios para damas y caballeros, área de picnic y estacionamiento para cien vehículos

y seguridad por parte de la Policía Nacional Civil (PNC) y Fuerza Armada de El Salvador.

El precio de los servicios que ofrece el parque acuático Amapulapa se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro n°1 precios de los servicios que brinda el parque acuático Amapulapa**

<b>Precio de entrada</b>	
Adultos	\$1.50
Turistas extranjeros	\$3.00
Niños menores de 5 años y adultos mayores de 60 años	Entrada gratis
<b>Estacionamiento</b>	
Vehículo liviano	\$1.00
Vehículo pesado	\$2.00
<b>Otros servicios</b>	
Alquiler de hamacas	\$2.00
Alquiler de una mesa y cuatro sillas	\$5.00
Alquiler de barbacoas portátiles	\$2.00
Alquiler de cabañas	\$4.00
<b>Horario de atención</b>	
Lunes a domingo	De 8 am a 4:00pm

Así mismo el contacto con la naturaleza es directo, se puede apreciar una linda cascada donde cae el agua que alimenta a las mismas piscinas, por si fuera poco, dispone de las cabañas familiares donde se puede divertir.

También en los cafetines y merenderos donde puede saborear la comida típica del país, si se es amante de los deportes se puede practicar dado que Amapulapa cuenta con una cancha de fútbol y 1 de básquetbol, el parque tiene una capacidad para 100 vehículos

Por otra parte, el parque se encuentra en una zona boscosa, lo cual contribuye a minimizar el cálido sol y se puede llegar de la siguiente manera:

**En autobús:** debe abordar la ruta 116, en la Terminal de Oriente, luego bajarse en el desvío y esperar un pickup que se dirige hacia el Parque.

**En auto:** se debe viajar por la carretera panamericana atravesar San Vicente y luego manejar sobre la calle que lleva hacia Zacatecoluca, hasta encontrar el desvío.”<sup>10</sup>

## **E. “GENERALIDADES DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU).**

### **1. Antecedentes.**

#### *1.1 Creación del Instituto Salvadoreño de Turismo*

El Directorio Cívico Militar de El Salvador, que había derrocado al entonces Presidente General José María Lemus, consideró indispensable que la Junta Nacional de Turismo contará con autonomía y personería jurídica, que garantice su estabilidad y eficiencia en su labor, decreta sanciona y promulga la Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Turismo, conocida en siglas como: ISTU, el 13 de diciembre de 1961, adscrita al Ministerio de Economía, dicha ley constaba de 50 artículos (Diario Oficial 22 de Diciembre de 1961).

El 2 de octubre del 2008, se reforma la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos centros. La reforma de la ley del ISTU, también tiene como principal propósito el fomento del desarrollo industrial y cultural del país, a través del turismo, fortaleciendo la recreación familiar, lo cual estipula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades recreativas de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar, ya que es la base fundamental en la sociedad. (Diario Oficial 30 de octubre/2008).

#### *1.2 Filosofía del ISTU*

**Misión:** promover y estimular la recreación familiar, social y excursionismo a través de su red de parques recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas.

---

<sup>10</sup> Información proporcionada por el administrador del parque acuático Amapulapa.

**Visión:** ser la institución líder en recreación familiar, social y excursionismo, a través de la infraestructura de parques recreativos que administra, satisfaciendo las necesidades de sus visitantes.

### ***1.3 Principales funciones del ISTU.***

- Planificar y desarrollar los programas de recreación familiar y social.
- Crear las condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.
- Coordinar la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de los programas y proyectos de recreación familiar y social.
- Generar, gestionar y optimizar los fondos necesarios para su funcionamiento y desarrollo.

Promover la creación de nuevos centros de recreación familiar y social, construcción de obras nuevas, ampliación, reconstrucción, y mantenimiento de las existentes.

### ***1.4. Servicios que ofrece el ISTU.***

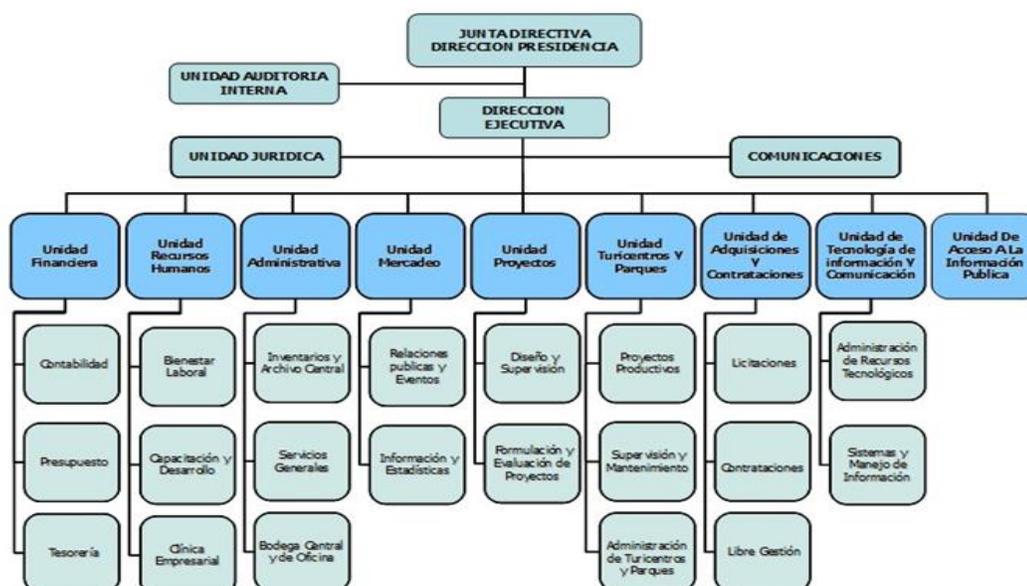
El Instituto Salvadoreño de Turismo, ofrece a las familias salvadoreñas 14 parques recreativos, 11 acuáticos y 3 áreas naturales, los cuales se encuentran ubicados en distintos lugares del país. Los Parques cuentan con importantes recursos naturales, los cuales han servido de base para el desarrollo de una infraestructura y una serie de actividades de tipo cultural, deportivo, educativo y recreativa para el servicio de las familias salvadoreñas.

**Cuadro n° 2 Parques recreativos que administra el ISTU**

Parques acuáticos	Parques naturales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atecozol</li> <li>• Los chorros</li> <li>• Agua fría</li> <li>• Toma de Quezaltepeque</li> <li>• Altos de la Cueva</li> <li>• Costa del Sol</li> <li>• Apulo</li> <li>• Laguna de Apastepque</li> <li>• Amapulapa</li> <li>• Ichanmichen</li> <li>• Sihuatehucan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balboa y La puerta del diablo</li> <li>• Cerro verde</li> <li>• Walter T. Deininger</li> </ul>

## 2. Estructura organizativa del ISTU.

### 2.1. Organigrama del Instituto Salvadoreño de Turismo.



### 2.2 Funciones de la unidad de turicentros y parques.

A esta unidad le corresponde planificar, coordinar y controlar la ejecución del plan anual operativo de la unidad, así como optimizar el uso de los recursos humanos, materiales y financieros en los diferentes centros recreativos.

- **Proyectos productivos.**

Sección que depende de la unidad de turicentros y parques y cuya función es promover y velar por el desarrollo de proyectos que generen ingresos a la institución, viveros, producción de grama, alquiler de mesas, sillas, hamacas etc.

- **Supervisión y mantenimiento.**

Supervisar la ejecución de las labores de mantenimiento preventivo y correctivo, así como supervisar aspectos administrativos y disciplinarios de los centros recreativos.

- **Administración de turicentros y parques.**

Organizar, coordinar, dirigir y supervisar las actividades a desarrollar en el centro de recreación, por el personal bajo su responsabilidad, cumpliendo adecuada atención a los visitantes.”<sup>11</sup>

### 3. Marco legal

#### *3.1. Constitución de la República de El Salvador*

“Decreto constituyente. No. 38, 15 de diciembre de 1983, publicado en el diario oficial No. 234, tomo No. 281, 16 de diciembre de 1983.

**Art. 101.** El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.

---

<sup>11</sup> Página web del ISTU : [http:// www.istu.gob.sv](http://www.istu.gob.sv)

**Art. 102.** Se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social. El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país.”<sup>12</sup>

### ***3.2 Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)***

“ Decreto legislativo No 469, 13 de diciembre de 1961, publicado en el diario oficial No. 235, tomo No. 193, 21 de diciembre de 1961.

**Art. 1.** Se crea el Instituto Salvadoreño de Turismo, como una entidad de utilidad pública, que en el contexto de la presente Ley se denominará simplemente “El Instituto”.

**Art. 2.** El instituto tendrá como finalidad la administración de los centros recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes. Además, tendrá a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar, social y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos centros, coordinación de medios de transporte accesibles y otras establecidas en la ley.

El instituto hará las contrataciones adecuadas y suficientes con el fin de cumplir con los propósitos y fines para los cuales ha sido creado, de conformidad a las leyes y reglamentos correspondientes.

- a. Promover y ejecutar la política y el plan nacional de recreación familiar y social.
- b. Planificar y desarrollar los programas de recreación familiar y social.
- c. Crear las condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.
- d. Coordinar la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de los programas y proyectos de recreación familiar y social.
- e. Establecer mecanismos de información y divulgación sobre los servicios que el instituto proporciona.

---

<sup>12</sup> Barahona Aguilar, Maira Yanira y otros, Estudio de mercado para impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal de la ciudad de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz. Página 38-39.

- f. Generar, gestionar y optimizar los fondos necesarios para su funcionamiento y desarrollo.
- g. Promover la creación de nuevos centros de recreación familiar y social, construcción de obras nuevas, ampliación, reconstrucción, y mantenimiento de las existentes.

### ***3.3 Ley de la Corporación Salvadoreña de turismo***

Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo decreto legislativo No.779 fecha: 25 de julio de 1996, publicado en el diario oficial N°156, tomo 332, 23 de agosto de 1996.

**Art. 1.** Créase la Corporación Salvadoreña de Turismo, como una entidad autónoma de derecho público que podrá abreviarse CORSATUR y que en el texto de la presente ley se denominará La Corporación.

**Art. 2.** Establece que la corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de: la promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero; llevar el registro nacional de turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas, llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo nacional e internacional, promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por ministerio de ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país, fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

**Art. 24.** La Corporación tendrá facultad para participar en la organización directa de eventos deportivos o artísticos, congresos, espectáculos y toda clase de actos que contribuyan al incremento de la industria turística. Podrá asimismo patrocinar algunos de los eventos anteriores, previa autorización de la Junta Directiva.

### ***3.4 Ley de Turismo***

Decreto legislativo No. 899, 15 de diciembre de 2005, publicado en el diario oficial No. 237, Tomo No. 369 del 20 de diciembre de 2005.

**Art. 1.** La presente ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

**Art. 2.** Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a) **Turismo o actividad turística:** las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.
- b) **Recursos turísticos nacionales:** todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.
- c) **Industria y servicios turísticos:** las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicio para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.
- d) **Turista:** toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e) **Proyecto de interés turístico nacional:** proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f) **Región, zona o centro turístico de interés nacional:** lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.
- g) **Empresas turísticas:** las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.

- h) **CORSATUR:** Corporación Salvadoreña de Turismo.
- i) **Cabotaje:** servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos.
- j) **Construcción:** creación o edificación de obras nuevas.
- k) **Ampliaciones:** constituyen una inversión complementaria para aumentar una obra ya existente.
- l) **Remodelación:** es el cambio en la estructura o la forma de una obra arquitectónica que aumenta el valor de la misma.
- m) **Mejoras:** son aquellas que se introducen en obras o estructuras ya existentes sustituyendo ciertas partes, aumentando el valor de las mismas.

### ***3.5 Ley de Medio Ambiente***

Decreto legislativo No. 233, 2 de marzo de 1998, publicado en el diario oficial N0.79, tomo 339, 4 de mayo de 1998.

**Art. 1.** “La presente ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia. En los artículos 17 y 21 hacen referencias al estudio del impacto ambiental, protección del recurso hídrico, criterios de supervisión, como son medidas especiales de la conservación en su lugar de origen, de las especies de carácter singular y representativas de los diferentes ecosistemas, las especies amenazadas, en peligro o en vías de extinción declaradas legalmente, además menciona la gestión y aprovechamiento sostenible de los bosques aprovechamiento sostenible de los mismos y la evaluación ambiental estratégica respectivamente.”<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Recopilación de leyes de turismo El Salvador, Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo (2008), páginas 149-150.

## **F. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE CAPACITACIÓN**

### **1. Definición**

- “Plan se define como el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada.
- Plan es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial cualquiera.”<sup>14</sup>
- “Capacitación es el proceso de enseñanza aprendizaje orientado a dotar a una persona de conocimientos, desarrollar habilidades intelectuales y adecuarle actitudes para que alcancen los objetivos de su puesto de trabajo.
- Capacitar es involucrar al trabajador para que desarrolle sus habilidades, conocimientos y que sea capaz de sobrellevar con más afectación la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de diferentes tipos y estos se enfocan a diversas terminaciones individuales y organizacionales.
- Capacitar es poder involucrar al personal para lograr un perfeccionamiento y actitudes privadas para el mejor desempeño de sus efectivos y futuros cargos y así adaptar a cada colaborador y poder llevar a cabo las exigencias que la empresa requiera en su entorno.
- Plan de capacitación se define como la descripción detallada de un conjunto de actividades de aprendizaje estructuradas de tal forma que conduzcan a alcanzar una serie de objetivos previamente determinados.

Una organización que lleva a cabo acciones de capacitación con base en circunstancias reales y las orienta hacia la renovación de las competencias de su personal no solo optimizará el ambiente laboral, sino que además conformará un recurso humano mucho más competente. En tiempos de grandes cambios competitivos, la capacitación es un factor valioso para las organizaciones contemporáneas, pues el desarrollo integral de sus

---

<sup>14</sup> Aquino F., Katia Lisseth, y otros. Plan estratégico que contribuya al funcionamiento, desarrollo y autosostenibilidad de la Asociación Comunal El Manantial (ACM) ubicada en el cantón Platanillos, municipio de Quezaltepeque, departamento de la Libertad. Página. 18.

miembros los transforma en elementos mental, emocional y técnicamente dispuestos a satisfacer efectivamente las necesidades del cliente.

La capacitación en recursos humanos es un factor determinante para el cumplimiento de los objetivos de una organización. Desarrollar tanto actitudes como destrezas, crecimiento personal y profesional en los trabajadores y empleados permite que éstos desempeñen su trabajo con mayor eficiencia y calidad.

La utilización efectiva de los recursos humanos de una organización depende de la correcta aplicación de un plan de capacitación, descrito anteriormente, tales como: Detectar necesidades de capacitación; identificar los recursos para la capacitación y adiestramiento, diseño del plan de capacitación; ejecución del programa de capacitación, y la evaluación, control y seguimiento del mismo.

El plan de capacitación juega un papel muy importante en el desarrollo de los recursos humanos de una organización, pues su correcta aplicación se convierte en un medio de motivación y estímulo en los empleados, que finalmente termina beneficiando a la organización.

## **2. Importancia.**

Un plan de capacitación permite a las autoridades de cualquier empresa a capacitar a sus empleados para que se desarrollen eficazmente en sus labores para brindar un mejor servicio en la atención al cliente como resultado de la nómina y un buen clima organizacional.

Un plan de capacitación intenta enseñar a alguien un nuevo conocimiento, para acrecentar el valor de esa persona en la organización. Esto en función de los resultados del análisis de las necesidades. En este sentido, un plan de capacitación se enfocará, al menos, en cuatro cuestiones, a saber:

- Objetivos de la capacitación.
- Deseo y motivación de la persona.
- Principios del aprendizaje.

- Características de los instructivos.

### 3. Características

De acuerdo con su definición e importancia, puede decirse que un plan de capacitación tiene las siguientes características:

- **Flexibilidad:** porque deben ser adaptables a las necesidades de cada organización. Una vez elaborados los planes, deben dar lugar a modificaciones si fuese necesario.
- **Motivantes:** debe estar diseñado de manera que motive a los participantes a involucrarse en el proceso de capacitación.
- **Sistemáticos:** porque tiene una serie de procedimientos a seguir para lograr los objetivos propuestos.
- **Realistas:** debe estar de acuerdo a la realidad de la organización que sea lo más objetivo posible y que su contenido pueda ser alcanzable.

### 4. Tipos.

- **Capacitación inductiva:** es aquella que se orienta a facilitar la integración de nuevo colaborador, en general como a su ambiente de trabajo, en particular normalmente se desarrolla como parte del proceso de selección de personal.
- **Capacitación preventiva:** es aquella orientada a prever los cambios que se producen en el personal, tiene por objeto la preparación del personal para enfrentar con éxito las adopciones de nuevas metodologías de trabajo, nueva tecnología o la utilización de nuevos equipos.
- **Capacitación correctiva:** está orientada a solucionar “problemas de desempeño”. En tal sentido, su fuente original de información es la evaluación de desempeño realizada normalmente en la empresa.
- **Capacitación para el desarrollo de carrera:** estas actividades se asemejan a la preparación preventiva, con la diferencia de que se orientan a facilitar que los colaboradores puedan ocupar una serie de nuevas o diferentes posiciones en la empresa, que impliquen mayores exigencias y responsabilidades.

## 5. Herramientas.

La capacitación es una de las funciones clave de la administración y desarrollo del personal en las organizaciones y, por consiguiente, debe operar de manera integrada con el resto de las funciones de este sistema. Lo anterior significa que la administración y el desarrollo del personal debe entenderse como un todo, en que las distintas funciones incluida la capacitación interactúan para mejorar el desempeño de las personas y la eficiencia de la organización. Existe un conjunto de herramientas básicas que se emplean en la administración y el desarrollo del personal de las organizaciones modernas, las cuales también pueden ser provechosamente utilizadas para la gestión de la capacitación; entre ellas, las principales son:

- Las descripciones y especificaciones de los cargos.
- Las especificaciones de los itinerarios de carrera interna.
- Los manuales de organización, procedimientos y métodos de trabajo.
- El sistema de evaluación del desempeño.
- Los expedientes del personal.

## 6. Objetivos

- Transmitir información o conocimiento a las personas.
- Desarrollar las habilidades necesarias para su puesto de trabajo.
- Modificar y desarrollar actitudes y conductas.
- Incrementar la productividad.
- Prevenir riesgos de trabajo.
- Definir mejor los indicadores de desempeño.
- Obtener una ventaja distintiva a través de los trabajadores.
- Obtener personas motivadas y enfocadas con la visión de la organización.

La capacitación ayuda a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño.

- **Calidad:** los planes de capacitación apropiadamente diseñados e implantados contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando

los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades.

- **Desarrollo Personal:** en el ámbito personal los empleados se benefician de los planes de capacitación, pues le ofrecen una amplia gama de conocimientos, una mayor sensación de competencia, un repertorio más grande de habilidades, que son indicadores de un desarrollo personal

## 7. Estructura

- Introducción
- Misión y Visión
- Objetivos del plan de capacitación
- Políticas de capacitación
- Aplicación de un Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC)
- Resultados del Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC)
- Definición de temas de capacitación o áreas a reforzar
- Contenido de los temas
- Recursos didácticos
- Distribución de los temas de capacitación según puesto de trabajo
- Elaboración de Presupuesto
- Calendarización de capacitaciones
- Ejecución
- Evaluación
- Seguimiento

## 8. Etapas.

### **Análisis de las necesidades de capacitación:**

Esta etapa tiene que ver con la identificación de los problemas de desempeño humano que comprometen la eficiencia de la organización, los cuales son causados por la carencia de competencias de los trabajadores y pueden ser resueltos convenientemente a través de la capacitación. Esto último significa que, frente a estos problemas, la

capacitación aparece como la alternativa de solución viable y más conveniente, frente a otras opciones, como el reemplazo o la reubicación del personal.

Los problemas del desempeño humano en las organizaciones, pueden manifestarse de diversas maneras y responder a diferentes causas, lo cual implica que no puede existir un solo método para la detección de necesidades de capacitación.

En una primera aproximación, conviene distinguir entre dos grandes enfoques para el análisis de las necesidades de capacitación en una organización: el enfoque correctivo y el enfoque prospectivo.

De una parte, existe el enfoque correctivo, encaminado a identificar necesidades de capacitación a partir de problemas de desempeño manifiestos. Es un enfoque eminentemente estático, en el sentido de que considera a los trabajadores en relación a sus puestos de trabajo actuales. Entre los métodos de detección de necesidades utilizados con mayor frecuencia, dentro de este enfoque, se encuentran los siguientes:

**Análisis directo de las necesidades de capacitación a nivel individual, comparando ya sea las competencias efectivas de la persona** (las tareas que es capaz de realizar) con las competencias deseadas (las tareas que debería ser capaz de realizar), o los atributos de la persona en relación con los requisitos del puesto, en términos de conocimientos, habilidades y actitudes. Por cierto, cualquiera sea el enfoque, conviene que el analista tenga un cabal conocimiento del contenido y los requisitos del puesto, y en este sentido las descripciones y especificaciones de los cargos constituyen una herramienta de incuestionable valor.

**Análisis de las necesidades de capacitación con base en la evaluación del desempeño del personal.** En este caso, se trata de aprovechar el proceso regular de evaluación del desempeño del personal, que normalmente se aplica en las organizaciones modernas (o sistema de calificaciones), como fuente de información para identificar necesidades de capacitación.

**Detección de necesidades de capacitación con base en el análisis de problemas específicos.** Los detonantes más frecuentes de los análisis de necesidades de capacitación

son los diversos problemas de eficiencia que pueden surgir en una organización, relacionados con el desempeño del personal. Por lo general, estos problemas se manifiestan en el área técnica o en las relaciones interpersonales.

De otra parte, existe el enfoque prospectivo, orientado a prever las necesidades de capacitación que resultarán de cambios proyectados: i) en el contenido y los requisitos de los puestos de trabajo, en virtud de innovaciones tecnológicas y cambios organizacionales, ii) en los movimientos del personal, tales como transferencias y promociones. Es, por consiguiente, un enfoque esencialmente dinámico, en el sentido de que considera a los puestos y a las personas en proceso de cambio. El análisis institución. Esto, porque se trata de prever las necesidades de capacitación que surgirán como consecuencia de algún proceso de cambio programado. Por ello, el encargado de capacitación no sólo debe estar informado de los planes y proyectos de la organización, sino que, idealmente, debe participar en los equipos de trabajo responsables de elaborarlos, ya que sólo de esa manera podrá interpretar correctamente el impacto de estos planes y proyectos en cuanto a la cantidad y calidad del personal requerido. Entre prospectivo de las necesidades de capacitación debe llevarse a cabo en íntima relación con la elaboración de los planes y proyectos más generales de los enfoques metodológicos de uso más frecuente para proyectar las necesidades de capacitación de una institución, con base en las condiciones de un escenario futuro previsto, se pueden citar los siguientes:

- La proyección de las necesidades de capacitación a partir del análisis prospectivo de los cambios tecnológicos y organizacionales, los cuales podrán afectar el contenido de los puestos y las calificaciones requeridas para desempeñarlos.
- La proyección de las necesidades de capacitación a partir del análisis prospectivo de los movimientos del personal en la organización (entradas, transferencias, promociones y salidas). Esta clase de proyecciones suele hacerse ya sea con una perspectiva de corto plazo, considerando, por ejemplo, las transferencias y promociones de personal previstas para el año siguiente o de largo plazo, considerando, por ejemplo, la estrategia de crecimiento de la empresa o

institución. En cualquier caso, se trata de prever las vacantes que se producirán en la organización como consecuencia de los movimientos del personal, identificando las fuentes de obtención del personal de reemplazo y las necesidades de preparar a este personal.

En cuanto a la responsabilidad de llevar a cabo el análisis de las necesidades de capacitación, la experiencia ha demostrado que los supervisores de línea suelen ser las personas más idóneas para realizar esta tarea, en el ámbito de sus respectivas jurisdicciones, ya que dicho cometido exige un conocimiento cabal del desempeño de las personas y los puestos de trabajo; esto último, en lo que se refiere a las tareas involucradas, los estándares de desempeño y las competencias requeridas por las personas que los ocupan. Identificadas las personas que presentan problemas de desempeño causados por falta de competencias, es preciso traducir estas carencias en términos de los contenidos instrucciones, conocimientos, capacidades intelectuales, destrezas psicomotrices y actitudes que se requieren para suplir dichas carencias. En esta etapa, el encargado de capacitación de la institución cumple una función de asesoría y coordinación. Por último, como resultado del análisis de las necesidades de capacitación, los supervisores junto con el encargado de capacitación elaboran los informes sobre los individuos que presentan carencias formativas que comprometen su desempeño, en su puesto actual o futuro.

Dichos informes deberán explicar cuáles son los objetivos de aprendizaje y los objetivos organizacionales que se pretende alcanzar en virtud de la capacitación de cada sujeto; en otras palabras, se trata de explicar el para qué de la capacitación, en cuanto al desarrollo de las competencias de la persona y la satisfacción de los objetivos de la organización.

#### **Análisis de la situación (detección de necesidades de capacitación).**

Esta etapa es vital para justificar los cursos o la acción de capacitación que se solicita. En esta etapa se cumple con la detección de las necesidades de capacitación. Por tales se entienden las deficiencias que poseen los empleados o trabajadores.

Para determinar las necesidades de capacitación es necesario investigar todos los hechos observables que sean generadores de causas por las cuales los trabajadores no ejecutan con éxito sus labores, o incurrir en accidentes.

La evaluación de necesidades comienza con un análisis de la organización. Los gerentes deben establecer un contexto para la capacitación decidiendo dónde es más necesaria, cómo se relaciona con las metas estratégicas y cuál es la mejor manera de utilizar los recursos organizacionales. El análisis de tareas se utiliza para identificar los conocimientos, habilidades y capacidades que se requieren. El análisis de personas se emplea para identificar quiénes necesitan capacitación. Los gerentes y empleados de recursos humanos deben permanecer alerta al tipo de capacitación que se requiere; cuándo se necesita; quiénes los precisan; y qué métodos son mejores para dar a los empleados las capacidades necesarias.

Una vez hecho el diagnóstico para el plan de capacitación, sigue la elección y prescripción de los medios de capacitación, con el objeto de satisfacer las necesidades de capacitación. Se procede a determinar los elementos principales del plan de capacitación:

- A quién debe capacitarse: Empleado, trabajador, gerente.
- Quién será el capacitador: Facilitador, asesor
- Acerca de qué capacitar: Tema o contenido del programa.
- Dónde capacitar: Lugar físico, organismo o entidad.
- Cómo capacitar: Métodos de capacitación y recursos necesarios.
- Cuándo capacitar: Periodo de capacitación y horario.
- Cuánto capacitar: Duración de la capacitación, intensidad.
- Para qué entrenar: Objeto o resultados esperados”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Guglielmetti Pedro (1998), la gestión de la capacitación en las organizaciones pautas metodológicas. páginas 9-18

## **G. GENERALIDADES DE ATENCIÓN AL CLIENTE.**

### **1. Definición**

#### ***1.1 Cliente***

- “Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios.
- Es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor
- Persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición una organización ó persona.
- De acuerdo a las definiciones anteriores cliente es cualquier persona, empresa interesada en satisfacer una necesidad la cual complace a través de un bien, servicio, producto o idea que lo recibe usualmente a través de un pago o intercambio.

#### ***1.2 Servicio***

- El concepto de servicio proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.
- Los servicios, desde el punto de vista de mercadeo y economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible.

#### ***1.3 Atención.***

- Acto que muestra que se está atento al bienestar, seguridad de una persona, muestra respeto, cortesía o afecto hacia alguien.
- La atención al cliente es la forma en que una empresa brinda un servicio y la manera en la que sus agentes cumplen con sus tareas. La atención al cliente se trata de prestar a los usuarios un servicio teniendo a él como centro.

### ***1.4 Servicio de atención al cliente.***

- Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una persona, empresa, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.
- servicio al cliente es una gama de actividades que en conjunto originan una relación. También puede ser considerada como las actividades secundarias que realiza una empresa para optimizar la satisfacción que reciba el cliente de sus actividades principales.”<sup>16</sup>
- “Servicio al cliente: velocidad y confiabilidad con la que una organización puede proveer lo que piden los clientes
- Atención al cliente, es una gama de actividades que, en conjunto, originan una relación.”<sup>17</sup>

De acuerdo a las definiciones anteriores el servicio de atención al cliente: es la manera en que una persona u organización realiza acciones que apoyen la compra, satisfaciendo la necesidad de sus clientes.

### **2. Factores que determinan el perfil del cliente.**

“Todos los clientes son distintos; sus características vienen determinadas por diversos factores, entre ellos, los que recoge la siguiente tabla:

---

<sup>16</sup> Rodríguez Ruth, Diseño de un plan de investigación de mercado. Recuperado de: <https://www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/negocioc/archives/HASH2ba6.dir/doc.pdf> Catarina López, (2016), Servicio de atención al cliente, página 18-20.

<sup>17</sup> López Catarina, (2016), Revista Mercadológica servicio de atención al cliente, tercera edición, página 18-20.

Cuadro n° 3 factores que determinan el perfil del cliente	
Características demográficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Sexo</li> <li>• Localidad</li> </ul>
Características sociológicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clase social</li> <li>• Nivel de ingreso</li> <li>• Formación</li> <li>• Tipos de compra que realiza</li> <li>• Servicios que utiliza</li> <li>• Frecuencia y horario de compra</li> </ul>
Características psicológicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de vida</li> <li>• Actitudes</li> <li>• Motivaciones</li> <li>• Aprendizaje o conocimientos de los productos</li> </ul>

### 3. Tipos de clientes.

- ***El autosuficiente:***

Son aquellos que creen conocer todas las respuestas, son auténticos fans de las discusiones, que alían con un tono sarcástico y agresivo, además de ser el comprador eternamente descontento.

- ***El distraído:***

Es el tipo de cliente que parecen ausentes y que vagan por el establecimiento como si no supieran qué están haciendo allí, aunque aparentemente no escuchan, el vendedor tiene que demostrar interés y curiosidad por aquello que necesita. Lo mejor en estos casos es actuar con rapidez y elaborar un único argumento, ya que es poco probable que este tipo de compradores rebatan una idea si se les convence.

- ***El ofensivo:***

Es el que se siente superior a los demás, tiende a insultar sino obtiene lo que él desea. Carácter fuerte, irritable, malhumorado, impaciente, apresurado, rudo, ceño fruncido, tono golpeado. Puede ser su forma natural de ser o un problema personal que ha tenido. También su agresividad puede deberse a un comportamiento inadecuado por parte de alguna persona de la empresa. Por lo tanto, con este tipo de cliente se debe mantener la serenidad, aceptar el hecho rápidamente y buscar soluciones. Escucharlo con paciencia, dejarlo desahogarse y mostrar un vivo deseo de ayudar.

- ***Indeciso:***

Los clientes Indecisos, también llamados inseguros, son aquellos, como su nombre indica, a los que les cuesta tomar decisiones. Esta falta de decisión es lo que pone nerviosos a comerciales y vendedores y lo verbalizan con frases como. Este cliente no sabe lo que quiere, este cliente no se aclara, o peor aún, le dicen al cliente vaya usted mirando, se lo piensa y si me necesita estaré allí... En la mayoría de los casos el comercial se siente inseguro de cómo actuar y huye de la situación.

Son clientes lentos en decidir, pero fáciles de tratar. Igual que sucedía con los clientes Amigables, son clientes que al inicio del trato le caen muy bien al comercial, pero si éste no está atento, el hecho de ser lentos le empieza a irritar, generando en el cliente una desconfianza hacia su interlocutor.

- ***El desaparecido:***

Es el que se compromete a mantener reuniones con la empresa, pero después nunca aparece. Siempre hay una urgencia que le impide acudir a la cita. Desaparece en medio del proyecto sin previo aviso y a su vuelta quiere cambiar todo lo realizado.

- ***El reservado:***

Es un cliente que necesita mucho tiempo para tomar una decisión. Se caracterizan por ser personas impasibles, desconfiadas y tímidas. Este tipo de cliente suele tener problemas para decidir su compra, por lo que debemos procurar darle tiempo para que elija el

producto indicado, sin interrumpirlo o presionarlo, en todo caso, ofrecerle productos concretos y pocas alternativas, de tal manera que se facilite su decisión

- ***El infeliz:***

Se reconocen porque empiezan con la afirmación de: “Estoy seguro que no tienen lo que busco”. Estas personas no necesariamente tienen un problema con el vendedor o con la empresa, su conflicto es con la vida en general. No hay que intentar cambiarlos, se debe procurar de mejorar la situación, mostrar amabilidad y comprensión, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando.

- ***El hablador:***

Son clientes que parecen encantados con el producto o servicio, pero a la hora de finalizar la venta siguen alargando la conversación., hablan de todo, incluso de asuntos personales y no del producto que se le ofrece o del servicio en cuestión que se le presta. Pero son fáciles de tratar. Suele ser un tipo de cliente amable y amigable, pero muy sensible.

- ***El violento:***

Es una persona que le gusta discutir de forma permanente. Utiliza el insulto o la agresión como medio de expresión para conseguir lo que pretende. También suelen tener una personalidad fuerte y dominante. Su forma de hablar es sarcástica. Magnifica las cosas y le molestan las respuestas vagas y vacilantes.

- ***El callado:***

Este tipo de cliente parece difícil de tratar porque es complicado saber en qué piensan. Su silencio obedece a su temperamento y sólo compra una vez que esté convencido del beneficio que le ofrece el producto o servicio. Suelen mostrarse reservados y muy tranquilos.

- ***El enamorador:***

Es el que no pierde oportunidad para dar piropos a la persona que lo atiende, se piensa más que busca romance y no el producto o servicio, pero al final casi siempre compra.”<sup>18</sup>

#### **4. Importancia.**

“Es muy importante que en una organización o negocio se planifiquen y diseñen cuidadosamente todas aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo o indirecto de los clientes. Es necesario instrumentar un sistema de capacitación y motivación que involucren a todo el personal que intervienen en este proceso. Debe haber una clara definición de tareas y responsabilidades, para hacer previsible los resultados y reducir constantemente la cantidad de clientes insatisfechos.

-Por otra parte, la empresa se orienta a tipos de clientes específicos, para quienes se equipa de forma eficiente y eficaz en cuanto a la prestación de sus servicios.

-La empresa selecciona las técnicas especiales para cada tipo de cliente.

-Se reduce la tensión dentro de la organización al permitir mayor desenvolvimiento en las actividades de los empleados, quienes representan la clientela interna

#### **5. Factores que intervienen en el servicio de atención al cliente.**

- **Amabilidad**

Se debe mostrar amabilidad con todos y cada uno de los clientes, y bajo cualquier circunstancia.

- **Ambiente agradable**

Un ambiente agradable es un ambiente en donde el cliente se sienta a gusto. Puede ser generado por empleados que muestren un trato agradable o cordial con el cliente, por una buena decoración, por una buena disposición de los elementos del local, por una buena disposición de la iluminación, etc.

---

<sup>18</sup> Apuntes de Mercadotecnia II Guía de educación, (2015), Consumidores clientes y usuarios. Página 1-6

- **Comodidad**

El cliente debe contar con todas las comodidades posibles.

- Trato personalizado
- Rapidez en el servicio
- Higiene

No sólo se debe contar con un local que cumpla con todas las normas de higiene establecidas, sino también, hacer que todos los empleados estén bien presentados, bien aseados, y con el uniforme o la vestimenta limpia.

- **Seguridad**

El local debe contar con todas las medidas de seguridad posibles, no solo para que puedan ser usadas en caso de alguna emergencia, sino también, para que el cliente esté consciente de ellas y se sienta seguro.

## **6. Calidad en el servicio de atención al cliente.**

La calidad en el servicio es brindar a los clientes la atención necesaria para que estos se sientan satisfechos y con deseos de volver, contando para ello con excelentes procedimientos para que el producto o servicio sea ofrecido en forma puntual, eficiente y uniforme, además de tener un personal capaz de relacionarse con los clientes en forma amistosa con interés.

### ***6.1 Que satisface a un cliente***

- Interés por el Servicio
- Servicio profesional
- Personal Competente
- Ser escuchado
- Respuestas sinceras
- Asesoría oportuna

## *6.2. Factores claves de las expectativas del cliente en cuanto a un trato de calidad*

- Atención inmediata
- Comprensión de lo que el cliente quiere
- Atención completa y exclusiva
- Trato cortés
- Expresión de interés al cliente
- Receptividad a preguntas
- Prontitud en la respuesta
- Eficiencia al prestar el servicio.

## **7. Características personales para el éxito en la atención al cliente.**

- **Formalidad:** “este factor se basa en la honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.
- **Iniciativa:** tener iniciativa significa ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar una respuesta rápida a los problemas. Es la predisposición a emprender acciones, crear oportunidades y mejorar resultados sin necesidad de un requerimiento externo que lo empuje, apoyado en la auto responsabilidad y la autodirección.

Tener iniciativa supone adoptar una actitud proactiva, despierta ante la realidad y con la madurez suficiente para asumir las consecuencias de la acción. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, no sólo de palabras.

- **Ambición:** es tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es tener afán de superación. La ambición se considera como saludable cuando promueve la acción y el desarrollo de proyectos. La persona que es ambiciosa pretende conseguir algo que actualmente no tiene, por lo tanto, desea mejorar, crecer o progresar y funciona en estos casos como un motor que invita a abandonar el conformismo y la mediocridad.

- **Autodominio:** implica ser capaz de mantener el control de emociones. El autodominio es aquella capacidad humana que tiene una persona y que le permite controlar las emociones y los impulsos que lo afectan en determinado momento y ante un evento concreto.
- **Disposición de servicio:** es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Aspecto externo:** la importancia de la primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente, y el aspecto personal tiene un peso específico que no conviene olvidar.

## 8. Aspectos generales de las competencias.

### 8.1 Definiciones de competencias

- Son las capacidades para combinar y utilizar conocimientos, saberes y destrezas para dominar situaciones profesionales y obtener resultados esperados.
- Son los conocimientos, habilidades y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y participar en el mundo en el que vive.

Por lo tanto, competencias son los conocimientos, habilidades, destrezas que una persona aplica al realizar una determinada tarea.

- **La destreza:** es la habilidad que se tiene para realizar correctamente algo. No se trata habitualmente de una pericia innata, sino que normalmente es adquirida.
- **Habilidad:** hace referencia a la maña, el talento, la pericia o la aptitud para desarrollar alguna tarea.
- **Conocimiento:** Hechos o información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un asunto referente a la realidad.

### 8.2. Competencias del servicio de atención al cliente.

- **Orientación al cliente interno y externo:** construir relaciones positivas con los clientes, capacidad para resolver situaciones con clientes difíciles. Propiciar una

atmósfera amistosa y respetuosa. Esforzarse por conocer y resolver los problemas.

- **Tolerancia a la presión:** es la habilidad para seguir actuando con eficiencia en situaciones de presión de tiempo y de desacuerdo, oposición y diversidad. Es la capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de exigencia.
- **Flexibilidad:** es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas y grupos diversos. Con la capacidad de las personas para adaptarse a situaciones impredecibles y no familiares.
- **Autocontrol:** es la capacidad para controlar las emociones personales y evitar las reacciones negativas ante provocaciones, oposición u hostilidad de los demás, o cuando se trabaja en situaciones de estrés.
- **Desarrollo de relaciones y sensibilidad interpersonal:** significa actuar para establecer y mantener relaciones cordiales, recíprocas y cálidas, o redes de contactos con distintas personas.
- **Comunicación:** orientada a saber escuchar con empatía y expresarse de manera efectiva y asertiva. Es la habilidad de saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito.
- Tan importante como es captar nuevos clientes, lo es retener o conservar los clientes que ya se tiene, y la mejor forma de retener o conservar clientes es manteniendo comunicación o contacto con ellos.
- Mantener comunicación con los clientes permite retenerlos o conservarlos ya que permite recordarles permanentemente la marca o negocio; pero también los hace sentir importantes y especiales.
- **Inteligencia emocional:** es la capacidad de percibir o “leer” a los clientes y en función de esto tomar decisiones para atenderlo de una forma más eficiente y eficaz.

Los siguientes son algunos de los aspectos de las ventas en los que la Inteligencia Emocional juega un papel importante.

- Para un vendedor es vital ser capaz de aceptar un rechazo de forma adecuada en cualquier etapa de la venta.
- Ser optimista aumenta las probabilidades de éxito de un vendedor, no sólo a corto plazo sino también la permanencia a largo plazo en la profesión.
- La Inteligencia Emocional bien desarrollada, permite un mayor nivel de tolerancia a la frustración, favoreciendo asimismo el control del estrés.
- Un vendedor basado en la inteligencia emocional, procurará fortalecer la relación con el cliente, ser perceptivo ante las emociones del cliente, así como establecer un nexo entre sus deseos y necesidades y los beneficios del producto o servicio.
- La Inteligencia Emocional es la encargada de ofrecerle al vendedor, motivación y capacidad de perseverancia para enfrentar el proceso de ventas, el cual en algunos casos es difícil.
- Un vendedor que desarrolle su Inteligencia Emocional logrará tener un mayor control de sus impulsos y su humor, y desarrollará la capacidad de empatía.
- **Empatía:** la persona empática se caracteriza por tener afinidades e identificarse con otra persona. Es saber escuchar a los demás, entender sus problemas y emociones. Por lo tanto, una persona con empatía cumple las siguientes características:
  - Saber escuchar con atención.
- Interpretar lo que el cliente dice en aspectos concretos
- Confirmar con el cliente lo que se interpreta, para validar la información (parafrasear).
- Buscar la mejor solución para el cliente.
- Indicar al cliente las opciones que se tienen para ayudar

- Mantener “línea abierta” en todo momento con el cliente.”<sup>19</sup>

## H. GENERALIDADES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL (IE)

### Conceptos generales de inteligencia emocional (IE)

#### 1. Definiciones

- **Inteligencia:** “capacidad para aprender o comprender, sinónimo de entendimiento, diferencia por hacer hincapié en las habilidades y aptitudes para manejar situaciones concretas y por beneficiarse de la experiencia sensorial.
- **Emoción:** cualquier agitación y trastorno de la mente, del sentimiento, la pasión, o cualquier estado mental. Daniel Goleman.
- **Inteligencia emocional:** se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en las relaciones.
- **Salovey y Mayer definieron la IE como:** La capacidad para identificar y traducir correctamente los signos y eventos emocionales personales y de los otros, elaborándolos y produciendo procesos de dirección emocional, pensamiento y comportamiento de manera efectiva y adecuada a las metas personales y el ambiente. Esto se traduce en la capacidad que tienen los individuos para acceder a sus emociones y crear una sintonización e integración entre sus experiencias.

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede inferir que la inteligencia emocional se trata de conocer y manejar las emociones.

#### 2. Elementos de la inteligencia emocional.

##### 2.1. *La inteligencia personal:*

Esta se relacionan las personas con ellos mismos. Cuando se aplica en el trabajo comprende tres componentes:

---

<sup>19</sup> Ashley Ingrid (2016) Clientelandia, Competencias emocionales y atención al cliente. Recuperado de: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

- **Automotivación:**

Es la habilidad de mantenerse en un estado de continua búsqueda y persistencia en la consecución de los objetivos, haciendo frente a los problemas y encontrando soluciones. Esta competencia se manifiesta en las personas que muestran gran entusiasmo por inteligencia está integrada por una serie de competencias que determinan el modo en que su trabajo y por el logro de las metas por encima de la simple recompensa económica, con un alto grado de iniciativa y compromiso, y con gran capacidad optimista en la consecución de sus objetivos.

- **Autoconciencia:**

Es la capacidad que tienen las personas de reconocer y entender las propias fortalezas, debilidades, estados de ánimo, emociones e impulsos, así como el efecto que estos tienen en los demás y en el trabajo. Esta competencia se manifiesta en personas con habilidades para juzgarse a sí mismas de forma realista, que son conscientes de sus propias limitaciones y además admiten con sinceridad sus errores, que son sensibles al aprendizaje y que poseen un alto grado de autoconfianza.

- **Autocontrol:**

Es la habilidad de controlar las propias emociones e impulsos para adecuarlos a un objetivo de responsabilizarse de los actos propios, de pensar antes de actuar y de evitar los juicios prematuros. Las personas que poseen esta competencia son sinceras e íntegras, controlan el estrés y la ansiedad ante situaciones comprometidas, y son flexibles ante los cambios o las ideas nuevas.

## ***2.2. Inteligencia interpersonal***

Es la habilidad que permite entender a los demás. Como señala Goleman, es el medio que ayuda a desarrollarse a las personas en la vida diaria. Es la que determina la elección de pareja, los amigos, el éxito en el trabajo y en el estudio. Al igual que la inteligencia emocional, está compuesta por otras competencias que determinan el modo en que nos relacionamos con los demás. La empatía es el principal pilar de la inteligencia interpersonal. La inteligencia interpersonal está sustentada en dos pilares: la empatía y la inteligencia social.

- **Empatía:**

Es la habilidad para entender las necesidades, los sentimientos y problemas de los demás poniéndose en su lugar y respondiendo correctamente a sus reacciones emocionales. Las personas empáticas son aquellas capaces de escuchar a los demás y entender sus problemas y motivaciones, y que por lo regular tienen mucha popularidad y reconocimiento social, que se anticipan a las necesidades de los demás y que aprovechan las oportunidades que ofrecen otras personas.

Por otra parte, las habilidades para ser empático son: saber escuchar y saber entender y desarrollar la comunicación no verbal.

- **Inteligencia social:**

Es el talento en el manejo de las relaciones con los demás; es saber persuadir e influenciar a los demás. Quienes poseen habilidades sociales son excelentes negociadores, tienen gran capacidad para liderar grupos y para dirigir cambios, y son capaces de trabajar colaborando en equipo y creando concordancia grupal.”<sup>20</sup>

### 3. Tipos de inteligencia emocional

- **Lingüística:** “capacidad de usar las palabras de manera efectiva, en forma oral o escrita. La poseen los periodistas, escritores, abogados, poetas etc. Incluye por tanto la habilidad en el uso de la sintaxis, la fonética, la semántica y los usos pragmáticos del lenguaje (retórica, mnemónica, etc.).
- **Lógico matemática:** capacidad para usar los números de manera efectiva y razonar adecuadamente. La tienen los científicos, matemáticos ingenieros etc.
- **Cinestésica - corporal:** es la capacidad de usar todo el cuerpo en la expresión de ideas y sentimientos, así como también la capacidad de utilizar todo el cuerpo para realizar actividades o resolver problemas. La poseen los bailarines, deportistas, cirujanos, actores etc.

---

<sup>20</sup> Madrigal Torres, Berta Emilia, segunda edición (2009). Inteligencia emocional, habilidad imprescindible para dirigir. Páginas 36-41.

- **Musical:** es la capacidad de percibir, transformar y expresar las formas musicales. Incluye la sensibilidad al ritmo, al tono y al timbre. La poseen los músicos, los cantantes etc.
- **Espacial:** es la capacidad de pensar en tres dimensiones. Consiste en definitiva en formar un modelo mental del mundo en tres dimensiones. La tienen los ajedrecistas, los arquitectos, los geógrafos etc.
- **Interpersonal:** capacidad de entender a los demás e interactuar eficazmente con ellos. Corresponde a los líderes políticos y religiosos, vendedores etc.
- **Intrapersonal:** capacidad de construir una percepción precisa respecto de sí mismo y de organizar y dirigir su propia vida. Se encuentra muy desarrollada en teólogos, filósofos y psicólogos entre otros.
- **Naturalista:** capacidad de distinguir, clasificar y utilizar elementos del medio ambiente, objetos, animales o plantas, tanto del ambiente urbano, como rural. La poseen los botánicos, cazadores, ecologistas y paisajistas entre otros.
- **Existencial:** relacionada con las preguntas que los seres humanos se hacen sobre la existencia. Las otras inteligencias tienen contenidos más concretos, pero el contenido al que se refiere la inteligencia existencial es más difícil de ver, porque son cosas demasiado grandes como el universo o demasiado pequeñas. <sup>21</sup>

#### **4. La inteligencia emocional y sus consecuencias biológicas.**

“Las emociones son en esencia impulsos para actuar, son planes instantáneos para enfrentarse a la vida y así cada emoción prepara al cuerpo para diferentes tipos de respuesta, entre las que se menciona:

**El enojo:** aumenta el flujo sanguíneo a las manos el cual hace más fácil el empuñar un arma o golpear a un enemigo, también aumenta el ritmo cardíaco y la tasa de hormonas que, como la adrenalina, generan la cantidad de energía necesaria para cometer acciones vigorosas.

---

<sup>21</sup> Pineda Silvia, Rosa Guadalupe. Estudio de inteligencia emocional en el desempeño de los puestos de trabajo y propuesta de perfiles de competencias emocionales en la asociación Movimiento de mujeres Mérida Anaya Montes, UES. Páginas 30-31.

**Miedo:** retira la sangre del rostro, lo que explica la palidez y sensación de quedarse frío; fluye a la musculatura esquelética larga las cuales favorecen así la huida. Al mismo tiempo, el cuerpo parece paralizarse, aunque sea solo un instante para calibrar la respuesta más adecuada. Las conexiones nerviosas de los centros emocionales del cerebro desencadenan también una respuesta hormonal que pone al cuerpo en estado de alerta general, sumiéndolo en inquietud y predisponiéndolo para la acción, mientras la atención se fija en la amenaza inmediata con el fin de evaluar la respuesta más apropiada.

**Felicidad:** proporciona dentro de sus cambios biológicos un aumento de la actividad de un centro cerebral que se encarga de inhibir los sentimientos negativos y de aquietar los estados que generan preocupación, al mismo tiempo aumentan el caudal de energía disponible.

**Amor:** los sentimientos de ternura y la satisfacción sexual activan el sistema nervioso parasimpático y engloba un amplio conjunto de reacciones que implican a todo el cuerpo y que dan lugar a un estado de calma y satisfacción que favorece la convivencia.

**Sorpresa:** el levantar las cejas permite un mayor alcance visual y mayor iluminación en la retina, lo cual proporciona más información sobre el acontecimiento inesperado, facilita así el descubrimiento de lo que realmente ocurre y elaborar en consecuencia el plan de acción más adecuado.

**Desagrado:** transmite el mensaje que algo resulta literal o metafóricamente repulsivo para el gusto o para el olfato. La expresión facial de disgusto como el ladeado del labio superior y fruncimiento de la nariz son un intento de cerrar las fosas nasales para evitar el olor o para expulsar el aliento tóxico.

**Tristeza:** su función consiste en ayudar a asimilar una pérdida irreparable. Provoca la disminución de la energía y del entusiasmo por las actividades vitales especialmente las diversiones y los placeres, cuanto más se acerca a la depresión, más se enlentece el metabolismo corporal.”<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Leader summaries, resumen del libro de inteligencia emocional por Daniel Goleman, editorial Kairos publicado el 1 de noviembre de 1996, biblioteca de libros empresariales resumidos.

## **5. Emociones en el centro de trabajo.**

“La inteligencia emocional es el factor más importante que puede servir de indicador de éxito en las relaciones de trabajo, no por eso se deja de mencionar otras áreas como las habilidades técnicas, los conocimientos, las capacidades mentales y físicas, el aspecto físico y el interés por un campo determinado de trabajo, las aspiraciones y las metas profesionales, hasta las circunstancias que obstaculizan el rendimiento.

Cada trabajo, por simple que sea, hace merecedor a quien lo desempeña del respeto, y el reconocimiento por sus propias aspiraciones y habilidades. El trabajo, en consecuencia, será una obra útil de la mejor utilización de las emociones propias y de los demás.

El control de las emociones, provoca cambios en el diario vivir y hacen deliberadamente que las emociones trabajen en beneficio propio, de tal manera que mejoren la calidad de vida del individuo.

Las emociones, cumplen un papel destacado en el diario vivir, por lo mismo, se debe estar consciente que, si se maneja con inteligencia y criterio adecuado las emociones propias, se pueden alcanzar logros insospechados en las labores. Lo atractivo e interesante de este planteamiento es que, si se controla la inteligencia, también se potencializa y se desarrolla ya que la inteligencia emocional aumenta a medida que se aprenden y se ejercitan las capacidades que la componen tales como la percepción reflexiva, el control emocional y la motivación propia.

Por tanto, para el desempeño eficaz y eficiente en todos los trabajos y en todas las especialidades, la inteligencia emocional y la expresión de dichas emociones es más importante que las facultades puramente racionales y cognitivas.

Goleman (2004), indica que en todo tipo de organizaciones el hecho de que se pueda evaluar para mejorar las aptitudes emocionales sugiere otra zona en la que se puede incentivar el desempeño y la competitividad, lo que se necesita es afinar dichas aptitudes de la empresa, así como identificar, evaluar y aumentar los elementos de inteligencia emocional de manera individual.

En el plano grupal significa afinar la dinámica interpersonal que torna más inteligentes a los grupos y en el plano empresarial se puede revisar la jerarquía de valores para dar prioridad a la inteligencia emocional en términos de contratación, capacitación, desarrollo, evaluación de desempeño y ascensos. Para el colaborador, poseer esas habilidades le ofrece una manera de sobrevivir, de competir y de alimentar la capacidad de encontrar placer y gozo a lo que realiza.

Una aptitud emocional es una capacidad aprendida basada en la inteligencia emocional, que origina un desempeño laboral sobresaliente. Las aptitudes emocionales se clasifican en dos grandes grupos:

### ***5.1. La aptitud personal***

Son las que determinan el dominio de uno mismo, comprenden las siguientes aptitudes:

- **Autoconocimiento:** que consiste en conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, se enfoca en etiquetar los sentimientos mientras éstos ocurren, comprende tres aptitudes emocionales: conciencia emocional, autoevaluación precisa, y confianza en sí mismo.
- **La autorregulación:** se enfoca en manejar los propios estados internos, impulsos y recursos, está formada por cinco aptitudes emocionales: autodomínio, confiabilidad, escrupulosidad, adaptabilidad e innovación y por último la motivación que son las tendencias emocionales que guían o facilitan la obtención de las metas, se compone de cuatro aptitudes emocionales: afán de triunfo, compromiso, iniciativa y optimismo.

### **5.2. La aptitud social**

Son las que determinan el manejo de las relaciones y comprende las siguientes aptitudes: la empatía, la capacidad de captar de sentimientos, necesidades e intereses.

Comprende cinco aptitudes emocionales: comprender a los demás, ayudar a los demás a desarrollarse, orientación hacia el servicio, aprovechar la diversidad, conciencia política y las habilidades sociales influencia, comunicación, escuchar abiertamente y transmitir

mensajes convincentes, manejo de conflictos, liderazgo, catalizador de cambios, establecer vínculos, colaboración y cooperación, habilidades de equipo.

Al revisar los conceptos desarrollados anteriormente, se puede apreciar claramente que la inteligencia emocional no implica estar siempre contento o evitar las perturbaciones, sino mantener el equilibrio, saber atravesar los malos momentos que nos depara la vida, reconocer y aceptar los propios sentimientos y salir airoso de esas situaciones sin dañarse ni dañar a los demás. No se trata de borrar las pasiones, sino de administrarlas con inteligencia.

## **6. Pilares de la inteligencia emocional**

Los cuatro pilares que según Cooper y Sawaf, separa la inteligencia emocional del campo análisis psicológico y las teorías filosóficas y los coloca en el terreno del conocimiento directo, el estudio y la aplicación.

### **6.1. Primer Pilar**

Conocimiento emocional, este proviene de las divagaciones del intelecto abstracto, cual proviene la energía de los individuos que los hace reales y motiva para identificar y perseguir el potencial único. Se comienza con aprender el alfabeto, la gramática y el vocabulario del conocimiento emocional y reconocer, respetar, y valorar la sabiduría inherente a las sensaciones.

Entre las cuales se encuentran:

- **Honestidad emocional:** este ataca frontalmente la afirmación comúnmente difundida de que no se debe confiar en las percepciones y sentimientos. El conocimiento emocional tiene que ver con la intuición.
- **Energía emocional:** el reconocer la energía (emocional) con la que se cuenta y el ser capaces de aceptar los momentos de debilidad y de fortaleza y actuar en consecuencia, hace parte del conocimiento emocional.
- **Retroinformación emocional:** se hace referencia a recibir información de nosotros mismos, de las emociones, de los estados emocionales en determinado momento.

- **Intuición práctica:** es percibir continuamente las oportunidades y resolver los problemas utilizando un liderazgo empático. Es otro de los elementos en que se basa el conocimiento y sirve para la creatividad, la fomenta y la alimenta. Cuando está acompañada de la honestidad puede ser un elemento impulsor de las organizaciones y de la vida personal de cada uno.

## 6.2. Segundo Pilar

Aptitud Emocional Cuando se habla de aptitud emocional se hace referencia a la posibilidad que tiene todo ser humano de crear y fomentar en sí mismo las cualidades, las habilidades y las características emocionales favorables. La aptitud permite y ayuda a ampliar las posibilidades, a crecer emocionalmente aprendiendo de los errores tanto propios como ajenos. Cuando la aptitud emocional es adecuadamente dirigida, crece el entusiasmo por lo que se hace y hay mejores posibilidades frente a los retos y las dificultades.

- **Presencia auténtica:** en esencia es una esfera silenciosa de energía que emana no solo de la mente sino también del corazón, que transmite momento por momento la verdad emocional de quién es usted en el fondo, y que representa, que le interesa, que cree. Es muy difícil vivir falsamente o con personalidades diferentes, hay que mostrarse como uno es siempre y tener la mencionada presencia auténtica.
- **Radio de confianza:** la creatividad también se apoya en la confianza. Cuando la confianza que se inspira en un grupo es buena, las manifestaciones de los demás, tanto en lo bueno como en lo malo, tanto de lo que va saliendo bien como de lo que va saliendo mal; son mucho mayores los aportes de la creatividad.

La confianza es algo más que una buena idea o actitud. Es una característica emocional algo que se debe sentir y actuar a la vez. Cuando el individuo confía en sí mismo puede extender esa confianza hacia los demás y recibirla de regreso, se convierte en el aglutinamiento que mantiene unidas las relaciones y libera el diálogo franco, la falta de confianza por el contrario hace gastar tanto tiempo en protección, dudas, verificación e inspecciones como en hacer trabajo real, esto es trabajo creativo, de colaboración y que agrega valor.

- **Descontento constructivo:** este aspecto es un llamado al aporte oportuno y constructivo, a convertir el desacuerdo en un medio más para el progreso. Se requiere habilidad y persistencia para no caer en disputas y enfrentamientos, para que a pesar de los desacuerdos se dé la escucha, evitar la parcialización y la defensa de intereses personales, etc.

Se ha verificado que el descontento puede ser un semillero de ideas creativas y oportunidades de crear más confianza y conexión.

- **Flexibilidad y renovación.** esta es una forma de enfrentar el hecho de que todo cambia. Y tal vez lo que más cambia somos los seres humanos. Las circunstancias nos cambian de una manera favorable o desfavorable, premeditada, planeada o fortuita. Aceptar esto es el primer paso para usar esas propias circunstancias, así sean adversas, de una manera constructiva y de apoyo a la vida. Lo único constante es el cambio y debemos ser lo suficientemente flexible para adecuarnos y al mismo tiempo renovarnos.

### 6.3. Tercer Pilar

Este es otro pilar fundamental de la inteligencia emocional. Crea carácter, fortalece el carácter individual y del grupo. Es el producto de un esfuerzo consciente y deliberado por conocer y corregir las debilidades. La profundidad emocional se apoya en asuntos como:

- **Potencial único y propósito:** se plantea que el ser humano quisiera dedicar la vida a las cosas que son importantes, que son profundas. Esto requiere en primer término llegar a conocer los verdaderos talentos y ponerlos al servicio de la vocación. Es lo que algunos líderes, denominan potencial único.
- **Integridad aplicada:** según David Kolb, integridad es un concepto que describe la más alta forma de inteligencia humana. Al respecto, la integridad puede verse como una expansión de la honestidad emocional. Revela un proceso unificador. Que no es sólo una buena idea, es un obligante sentimiento íntimo basado en los propios principios, más bien que un rígido código de conducta. Influencia sin autoridad: para

Cooper y Sawaf, esta facultad se refiere a la influencia ejercida por el líder sin abusar ni manipular, por lo tanto, se establecen relaciones basadas en obtener influencia mediante intercambios que estimulan el respeto y valor en las personas.

- **Compromiso, responsabilidad, y conciencia:** la capacidad de introducir esperanza o teoría en acción, e ideas abstractas en realizaciones prácticas. Inspiran igualmente la resolución de acometer la dura y peligrosa tarea de dirigir a los demás en tiempos difíciles, de entrar en territorio inexplorado y aprender cuando proseguir la acción.

#### **6.4. Cuarto pilar**

Alquimia emocional, primero que todo para definir alquimia se diría que es cualquier facultad o proceso de transmutar una sustancia común considerada de poco valor, en cosas de gran valor. Por tanto, el individuo aprende a corregir y dirigir las frecuencias emocionales o resonancias observadas en el propio individuo y en los demás, en vez de rechazarlas automáticamente. Se adquiere la capacidad de aplicar las corazonadas, entusiasmos, descontentos y otras energías emocionales como catalizadores del cambio y crecimiento, o como antídotos contra la rigidez y el estancamiento de la organización y del personal que allí labora. Con base en las emociones se pueden lograr grandes transformaciones.

- **Flujo Intuitivo:**

Se puede afirmar que cuando la intuición se ha desarrollado grandemente, las personas no necesitan activarla permanece activa, fluye. Es parte de la manera como el corazón reacciona ante toda experiencia y circunstancia.

- **Percepción de oportunidades:**

Cada problema o posibilidad genera una línea principal de fuerza que, o bien está dirigida hacia el individuo, como es el caso si se trata de un problema, crítica personal o ataque de un competidor, o bien es dirigido por el individuo como cuando el individuo esta activamente buscando conocimientos, soluciones u oportunidades.

- **Creación del Futuro:**

Descartar la zona de confort y certidumbre, tener el valor de asumir riesgos creativos, permitiéndose y permitiendo a los demás cometer errores y explorar nuevos territorios. Se refiere por lo general al incrementar, resultado del análisis racional y planeación ordenada.

- **Cambio de Tiempo Reflexivo:**

Utilizar el propio sentido del tiempo y dirigir a voluntad la intuición creativa llevándola a experiencia pasada o futura, para aplicarla finalmente a la experiencia presente.”<sup>23</sup>

## I. MATRIZ FODA

### 1. Conceptos generales

- “El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.
- **El análisis FODA** son siglas que representan el estudio de las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio.



<sup>23</sup> Pilares de la inteligencia emocional, actitud positiva con inteligencia emocional. Recuperado de: [http://infopvirtual.com/cursos/actitud\\_positiva\\_con\\_inteligencia\\_emocional/Unidad%20IV.pdf](http://infopvirtual.com/cursos/actitud_positiva_con_inteligencia_emocional/Unidad%20IV.pdf)

**Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

## **2. Importancia**

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el **análisis FODA** es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Cabe señalar que, si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

## **3. Procedimiento para realizar una matriz FODA**

### **3.1. Definir el objetivo**

Tener una perspectiva de cómo será el nuevo proyecto de la organización desde el principio hasta el final, ya identificado claramente el objetivo. El análisis FODA

comienza a desarrollar su papel ayudando a la búsqueda del mismo en el modelo de la **planeación estratégica**.

### 3.2. *Desarrollo del FODA*

- Información de las fortalezas y las debilidades
- información de las oportunidades y amenazas

Las listas deben contener información real, y actual con los puntos especificados y explicados sencillamente.

### 3.3. *Ejecutarlo*

Al identificar y evaluar los resultados FODA, se comenzará a desarrollar las estrategias necesarias sea en corto o largo plazo.

Para elaborar una **matriz FODA**, se debe poseer un estudio interno y externo de la organización. Asimismo, con un buen estudio y análisis FODA, la empresa podrá cumplir con las metas que se haya trazado, ubicará sus puntos débiles y podrá transformarlos de manera rápida y eficaz, en oportunidades.”<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> La matriz del análisis FODA, recuperado de: <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

## ***CAPÍTULO II***

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA DEL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

#### **A. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **General**

- Desarrollar una investigación de campo para conocer la situación actual del servicio y atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

##### **Específicos**

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del parque acuático Amapulapa, para conocer el servicio en atención al cliente que ofrecen los empleados.
- Aplicar las técnicas e instrumentos de recolección de información que permitan determinar percepciones de los clientes sobre el servicio de atención al cliente que ofrece los empleados del parque acuático Amapulapa.
- Desarrollar conclusiones y recomendaciones a través del resultado obtenido por el diagnóstico de la situación actual que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

#### **B. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación es de suma importancia ya que permitió establecer contacto con los empleados y clientes conociendo la situación actual del servicio de atención al cliente del parque acuático Amapulapa.

Mediante la investigación se reunieron datos y hechos para poder analizar la situación actual de todos los empleados y clientes. Toda esa información recopilada servirá para

realizar una propuesta de un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

### **C. Metodología de la investigación**

#### **1. Método de investigación**

La investigación se realizó con base en el método científico, el cual permitió recolectar y tratar con mayor objetividad la información que se obtuvo así también se utilizaron los métodos auxiliares siguientes:

##### ***1.1. Método Analítico***

El método analítico, en la práctica es más una operación mental, que tiene por objeto dividir un todo en sus respectivas partes.

Este método ayudó a dividir el problema en cada uno de los elementos siguientes: inteligencia emocional, competencias y servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa lo que permitió obtener una visión más clara de la situación actual.

##### ***1.2. Método sintético***

Significa reunir las partes del todo. Por lo tanto, habiendo analizado a los empleados y clientes se da la pauta para hacer la aplicación del método de síntesis. El uso de este método se hizo más factible conforme a los resultados del estudio de cada uno de los elementos del problema, ya que se realizó una agrupación de los resultados y por ende entender de manera total.

#### **2. Tipos de investigación**

Determinó los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo.

Tomando como base los elementos que conforman la inteligencia emocional y las competencias del servicio de atención al cliente en el estudio, el tipo de investigación es descriptiva ya que permitió analizar y describir cada uno de ellos por separados logrando

determinar la forma en que afecta el objeto de estudio y a su vez se realizó una integración de los resultados obtenidos, permitiendo establecer las soluciones necesarias a los problemas que afectan al parque acuático Amapulapa.

### **3. Diseño de la investigación**

El tipo de diseño de la investigación que se utilizó es el no experimental, porque no existió una manipulación entre las variables.

### **4. Técnicas e instrumentos de investigación**

Para la recolección de datos, que permitieron desarrollar la investigación, se implementaron las siguientes técnicas e instrumentos que facilitaron la información objetiva a cerca del fenómeno de investigación.

#### **4.1. Técnicas**

- ***Encuesta***

La técnica de la encuesta se realizó a través de la estructuración de un cuestionario, conteniendo un conjunto de preguntas abiertas y cerradas con respecto a los diferentes indicadores a medir, el cual fue dirigido a los empleados del parque acuático y a los clientes, lo cual se llevó a cabo a través de la utilización del muestreo.

- ***Entrevista***

Esta técnica se aplicó por medio de una guía de entrevistada estructurada, suministrado directamente al administrador del parque acuático Amapulapa que permitió obtener información lo cual afirmo la base de la investigación y proporciono el contexto ambiental del fenómeno de investigación.

- ***Observación directa***

Esta técnica se utilizó para realizar un sondeo general y preliminar de cómo es el servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa, esta se empleó durante varias visitas al parque acuático por lo que ayudó a complementar los datos que se obtuvo en la encuesta y entrevista.

#### **4.2. Instrumentos**

- ***Cuestionario***

Es el instrumento utilizado por la encuesta, para la utilización de este instrumento se estructuró una guía de preguntas abiertas y cerradas enfocadas a conocer el servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

Este instrumento ayudó a percatarse de la opinión de los visitantes respecto al servicio que ellos reciben por parte del personal del parque acuático.

- ***Guía de entrevista estructurada***

Es uno de los instrumentos más utilizados, debido a que se obtienen mejores resultados ya que proporciona más información y se combina bien con la observación directa, este instrumento consistió en estructurar un guion de preguntas las cuales fueron dirigidas al administrador del parque acuático.

- ***Guía de observación***

Conforme se fue realizando la investigación se hizo uso de la guía de observación, al momento de hacer la visita de campo.

### **5. Fuentes de información**

La información que sustentó la investigación fue seleccionada con las siguientes fuentes:

#### **5.1. Primarias**

Para la obtención de las fuentes de información primaria se obtuvo a través de datos proporcionados por los empleados, visitantes y administrador del parque acuático.

Además, se recolectó por medio de cuestionarios y entrevistas para conocer las necesidades y expectativas en cuanto a la inteligencia emocional relacionado al servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados, datos que facilitaron el desarrollo de la investigación. Al mismo tiempo se acudió a la observación directa, y se realizó visitas de campo para tener una mayor visión del fenómeno en estudio.

## **5.2. Secundarias**

En lo que respecta a las fuentes secundarias de información se contó con las siguientes fuentes: trabajos de investigación, sitios virtuales, blogs, apuntes de asignaturas, folletos, revistas, leyes, libros, etc., información plasmada por otros autores y respaldada con el tema de investigación. Así como también se consideraron estudios realizados con anterioridad y que guardan algún tipo de relación con el tema de investigación.

## **6. Ámbito de investigación**

La investigación se realizó en el parque acuático Amapulapa, ubicado en el municipio de San Vicente, desvío hacia Amapulapa sobre el kilómetro 61 de la carretera de San Vicente que conduce a Zacatecoluca y viceversa.

## **7. Unidades de análisis**

Son todos aquellos elementos que tiene el objeto específico en estudio y se refiere a qué o quién es el sujeto de interés, es decir de dónde se obtuvo la información. El objeto de estudio y las unidades de análisis se especificarán a continuación:

### **Objeto de estudio:**

- Parque acuático Amapulapa.

### **Unidades de análisis:**

- Clientes (visitantes y turistas).
- Empleados del parque acuático Amapulapa.
- Administrador del parque acuático.

## 8. Determinación del universo y muestra

### 8.1. Universo

El universo de estudio está compuesto por los elementos o sujetos que se estudiaron el cual comprende: visitantes, administrador del parque acuático, y empleados que laboran en el parque acuático Amapulapa.

### 8.2. Muestra

- *Censo*

El tamaño de la muestra de los empleados se determinó por el censo dado que el parque acuático Amapulapa está integrado por un total de 23 empleados. Por lo tanto, no se utilizó fórmula estadística para calcular muestra.

- *Cálculo de la muestra de los clientes*

Para el cálculo de la muestra se utilizó una población infinita por ser superior a 10,000 de acuerdo a la información proporcionada por el ISTU las cuales se consideraron como clientes, se empleó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), debido a que todos los sujetos tuvieron la misma probabilidad de ser encuestados; se aplicó la siguiente fórmula de población infinita para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

Cuadro n°4 cálculo de la muestra de los clientes

Donde	Por lo tanto
n= Tamaño de la muestra	n=?
Z= Nivel de confianza	Z=1.96
P= Probabilidad de éxito	P=0.50
Q= Probabilidad de fracaso	Q=0.50
E= Margen de error	E=0.08

Sustituyendo en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)}{0.08^2} = 150 \text{ clientes}$$

Se utilizó un nivel de confianza de 1.96 que se estableció por medio de las tablas de la distribución normal porque lo que interesa es tener un conocimiento general de la problemática, además se tuvo una mayor probabilidad que la muestra resulte lo más precisa, suficiente y representativa posible, generalizando los resultados hacia toda la población. La probabilidad de éxito y fracaso empleó es del 50% cada una, otorgándoles la máxima variabilidad posible, es decir que, existió una incertidumbre sobre el problema en estudio. El nivel de error permisible que se utilizó fue del 8%, debido a que el grado de escolaridad de los visitantes es mínimo ó medio al igual que los empleados, de tal manera favoreció la obtención de respuestas adecuadas.

La etapa de procesamiento de la información se desarrolló a través del software computacional Microsoft Office Excel, en el cual se desplegó el diseño de tabulación y gráficos de los datos recolectados.

## **9. Tabulación**

La información se recopiló por medio de cuestionarios, numerando, tabulando y procesando cada uno de estos, especificando las preguntas con su objetivo, posteriormente se agrupó la información en un formato indicado en hojas de cálculo de Excel, para un vaciado de datos adecuado.

## **10. Análisis e interpretación de datos**

El proceso de tabulación permitió una mejor interpretación y análisis de datos que llevó a la realización de un diagnóstico certero de la situación actual. En el formato se identificó los siguientes aspectos que son importantes para la investigación: la pregunta y número de cada una, el código de identificación para cada alternativa de respuesta, la categoría de las respuestas, frecuencias absolutas y relativas de cada respuesta. A partir de estos aspectos se realizó la gráfica correspondiente para una mejor visión de los mismos.

#### **D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA DEL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

A continuación, se detallan elementos del entorno que conforman la situación actual del parque acuático Amapulapa Municipio de San Vicente, los cuales son el resultado de la información obtenida por medio de los instrumentos utilizados permitiendo realizar un diagnóstico más preciso y confiable de las condiciones en que se encuentra el parque acuático.

##### **1. Cuestionario dirigido a clientes**

La información recopilada se ha tomado de los clientes femeninos así como también masculino, más de la mitad de clientes (70%), no residen en los alrededores de la zona, las edades se encuentran entre los 24 a 28 años, cuya mayor parte equivale al 47% y se encuentra entre más de 33 años de edad encontrándose tanto hombres como mujeres, la mayor parte de clientes encuestados son solteros, nivel de escolaridad de los encuestados son bachiller con un porcentaje del 35%, demostrando de esta manera que el parque acuático es atractivo para jóvenes y para personas mayores. (Ver anexo No.2, datos generales).

Dichos clientes visitan el parque acuático Amapulapa de 1 a 3 veces al año, así mismo manifestaron que no practican actividades de recreación con su familia, debido a diversos factores, mientras que el 43% a veces realiza actividades recreativas en su tiempo de ocio o de entretenimiento, sin embargo, con un porcentaje del 59% es practicada de 1 a 3 veces en el mes. (Ver anexo No.2, pregunta No.1, 2 y 3 y anexo n°6 piscinas).

El precio con un 25% y la atención al cliente con el 20% son los aspectos que le interesan a los visitantes al momento de asistir a un centro turístico, además de ello el precio de la entrada al parque en el año 2017 es de **\$1.50 para adultos, \$3.00 turistas extranjeros y gratis para niños menores de 5 años y adultos mayores de 60** es gratis, es por ello que la mayor parte de clientes manifestó que el precio es regular por lo tanto el aumento podría disminuir la demanda, así mismo es evidente que las promociones que ofrece no

son las esperadas o las preferidas, ya que no llegan a oídos de todos los visitantes, puesto que solamente el 15% conoce sobre ellas, mientras que el resto, por lo tanto más de la mitad equivalente al 85% de ellos desconoce de dichas promociones, es decir que las autoridades del turicentro no hacen uso adecuado de los medios publicitarios ideales para brindar toda la información necesaria. En cuanto al servicio que ofrece el parque acuático la atención al cliente, las piscinas y zonas verdes respecto a otros turicentros se encuentran evaluado como muy bueno de tal manera que es favorable ya que cada uno de estos factores serán apreciados a la hora de diseñar las tácticas que generarán una ventaja competitiva con respecto a la calidad de los servicios que brindan. Sin embargo un aspecto mal evaluado es la cancha de fútbol, puesto que para la mayoría de visitantes que llegan lo hacen por recreación. . (Ver anexo No.2, preguntas 5, 6, 7, 8 y 11).

Es importante señalar que la mayoría de clientes con un 54% que visitan el parque acuático van acompañadas ya sea de sus familiares o amigos y los motivos son por relajación, y una minoría manifestó que por otros motivos. Además en días festivos nacionales existe una mayor afluencia de visitantes con un 37%, sin embargo no importando si es época de semana santa, vacaciones de fin de año o días festivos el parque siempre es visitado. (Ver anexo No.2, preguntas 9 y 10).

La mayor parte de los clientes con un 63% consideran que el servicio que recibió por parte de los empleados es rápido y eficiente a la hora de llegar, sin embargo una mínima parte considera que no; además un 43% determina que ha sido atendido con cortesía y amabilidad, por otra parte los visitantes opinaron que los aspectos que debe mejorar el parque acuático Amapulapa con respecto al servicio y atención son: orientación y ubicación, aseo, incrementar guardavidas en el área de juegos, toboganes, zonas verdes, seguridad, personal debidamente identificado, piscinas y amabilidad estos resultados hacen énfasis en la implementación de cuestiones propias del servicio como la excelencia en la atención al cliente; así mismo la mayor parte de los clientes con un 59% visitarían nuevamente el parque acuático; mientras que una minoría posiblemente asistirían en ciertas ocasiones. (Ver anexo No.2, preguntas 12, 13, 14 y 15).

Por otra parte la mayoría de los clientes con un 70% consideran que el turicentro tiene las personas necesarias para operar y una mínima parte opina que no, esto se debe a que en los días festivos existe mayor demanda, finalmente en cuanto a los diversos factores mencionados anteriormente un 73% de los visitantes considera que un plan de capacitación en inteligencia emocional ayudaría a los empleados del parque acuático Amapulapa a mejorar su imagen, aumentar la afluencia y sostenibilidad. (Ver anexo No.2, preguntas 16 ,17 y matriz FODA (pag.68)).

## **2. Cuestionario dirigido a empleados del parque acuático Amapulapa**

Se cuenta con un total de 23 empleados dentro de ellos tanto hombres como mujeres, predominando el sexo masculino con un porcentaje del 61% cuyo rango de mayor edad se encuentra entre los 30 a 40 años así mismo el tiempo de laborar que tienen los empleados del parque acuático Amapulapa en su mayoría es de 16 años o más lo cual muestra que el personal además de ser responsable posee mucha experiencia en el área de servicio de atención al cliente y el nivel académico de la mayoría de los empleados es de educación básica ya que representa el 74% mientras que bachillerato representa un 22% lo cual es aceptable para el trabajo que ellos realizan. (Ver anexo No.4, datos generales).

Es evidente que la mayoría de los empleados con un 83% desconoce el término de inteligencia emocional, esto se debe a que la mayoría de capacitaciones que les han brindado son en las áreas de: servicio de atención al cliente, liderazgo y trabajo en equipo. (Ver anexo No 4, preguntas 1 y 17).

Según las respuestas de los empleados con un 57% a veces son capaces de identificar con facilidad sus propias emociones, sin embargo no es de obviar que existe una minoría que rara vez se les facilita, además un 78% no son muy rápidos en identificar el factor que las origina.

Por otra parte un 39% de los empleados siempre son capaces de identificar cuando sus emociones afectan el rendimiento y cumplimiento de metas en el trabajo, por ende se deduce que el personal restante al cual se le dificulta reconocerlas es debido a diversos factores tales como: el desconocimiento del término de inteligencia emocional, estrés

laboral, problemas personales, entre otros. Mientras que un 65% a veces es capaz de relajarse cuando está sometido a presión esto resulta favorable puesto que existirá un mejor control de ellas lo cual no será un obstáculo para el desarrollo de sus labores diarias. (Ver anexo No.4 preguntas 2, 3, 4 y 5 y matriz FODA (ver pag.68)).

Con un 77% de los empleados posee iniciativa propia para realizar sus labores mientras que un 43% en una escala del 5 está dispuesto a cambiar su forma de realizar el trabajo si los métodos que emplean no funcionan lo cual resulta satisfactorio para obtener resultados positivos ante las dificultades que se les presenten , ya que significa que no se les dificultara emplear nuevas ideas, métodos y técnicas.

Un 61% de los empleados se recupera con facilidad de los malos momentos, por lo tanto, resulta favorable dado que la iniciativa y disponibilidad para aceptar cambios resulta ser una ventaja para optimizar el trabajo. (Ver anexo No. 4, pregunta 6 ,7 y 12).

La mayoría de empleados son capaces de iniciar una conversación con una persona que recién acaban de conocer, por otra parte en una escala del 5 un 52% es capaz de mantener la calma ante la ira o agresión, mientras que un 43% son conscientes del efecto que tiene su comportamiento hacia los demás lo que significa que son capaces de brindar un excelente servicio y atención al cliente empleando la empatía. (Ver anexo No.4, preguntas 8, 9, 10 y 11).

Por otra parte las capacitaciones que les brindan a los empleados en su mayoría son aproximadamente tres veces al año, por consiguiente el 87% manifestaron que es importante que se les brinde capacitación puesto que ayuda a fortalecer sus competencias.

También las áreas en las que el personal han recibido capacitaciones son: el servicio de atención al cliente, trabajo en equipo y liderazgo de tal modo manifestaron que es necesario que se les brinde capacitaciones de servicio de atención al cliente con enfoque en inteligencia emocional para fortalecer todas aquellas competencias que ayuden a optimizar sus labores tales como: empatía, relaciones interpersonales, comunicación, (Ver anexo No. 4, preguntas 15, 16, 17 y 19).

### **3. Análisis de información por entrevista dirigida al administrador del parque acuático Amapulapa**

Según el Administrador del parque acuático Amapulapa no posee una estructura organizativa propia, filosofía institucional, objetivos, funciones y políticas ya que dependen del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), y del Jefe de Unidad de Turicentros y parques. Es por ello que al momento de tomar decisiones e implementación de cambios siempre tienen que informarle al jefe ya que él se encarga de aprobar cambios necesarios. (Ver anexo No.6, preguntas 1 y 2).

Por otra parte el parque acuático Amapulapa no cuenta con el personal necesario para brindar un mejor servicio y atención al cliente puesto que para cubrir la demanda de visitantes en temporada vacacional no es suficiente, de tal manera que el personal con el que cuenta se encuentra dividido en dos grupos: uno de 11 personas que laboran de lunes, miércoles, jueves, viernes y sábado, el segundo integrado por 12 empleados que trabajan martes, miércoles, jueves, viernes y domingo (horarios rotativos), a pesar de esta carencia ellos ofrecen el mejor servicio y atención. (Ver anexo No.6, preguntas 4, 5,6 ,8 y 16).

Respecto a los medios que emplean para la publicidad son: la televisión, radio, redes sociales y páginas web. Las promociones que utilizan como atractivo son los buses alegres, cobro de 2x1 y eventos musicales las cuales consisten en invitar artistas salvadoreños y extranjeros; no poseen alianzas estratégicas ni otro tipo de ayuda económica debido a que cuando solicitan patrocinios de otras instituciones siempre exigen promocionar sus productos o entradas gratis. (Ver anexo No.6, preguntas 11, 12,14 y 15).

Los aspectos que deben mejorar son: infraestructura, tratamiento de agua de las piscinas, el rótulo de la entrada y caseta de cobro. Sin embargo, se cuenta con las señalizaciones necesarias para que los visitantes sean capaces de guiarse hacia los merenderos, cabañas, cancha de futbol y parqueo. (Ver anexo No.6, preguntas 3, 9 y 10).

Por otro lado, los comentarios negativos que los clientes han expresado respecto al servicio y atención es la falta de orientación. En cuanto los aspectos que se deben mejorar son: limpieza en piscinas, las estadías de perros ambulantes ya que extraen los desperdicios de alimentos de los basureros. (Ver anexo No.6, preguntas 17,18 y 19).

Así mismo los empleados reciben capacitaciones de manera frecuente en las áreas de servicio de atención al cliente, trabajo en equipo y fomento a la unidad según la opinión del administrador es importante brindar capacitaciones puesto que mejoran el desempeño del personal, comunicación, trabajo en equipo, además actualizan métodos y técnicas. (Ver anexo No.6, preguntas 20,21 y 22).

#### **4. Guía de observación**

A continuación, se detallan todos aquellos criterios de relevancia que fueron observados por parte del grupo investigador, los cuales muestran la realidad en que se encuentra el parque acuático Amapulapa.

##### **Condiciones ambientales.**

El contacto con la naturaleza es directo, se puede apreciar una linda cascada que alimenta a las mismas piscinas, el clima es fresco por las mañanas debido a la abundante vegetación y caluroso por la tarde. Además, la limpieza del lugar es deficiente debido a la estadía de perros ambulantes ya que extraen los desperdicios de los basureros por lo tanto a los empleados se le dificulta mantener limpia el área de algunas mesas, sillas y piscinas.

La ubicación del parque acuático favorece a los que residen en los alrededores de la zona puesto que pueden transportarse en pick up pagando el precio de \$0.25. (Ver anexo No.7, condiciones ambientales. y N°9 (zonas verdes, piscinas y mesas.)

### **Infraestructura**

El parque acuático Amapulapa cuenta con cuatro baños sanitarios y desvestidores: dos para hombres y dos para mujeres manteniéndolos limpios.

En cuanto al número de sanitarios y desvestidores es deficiente puesto que no alcanza a cubrir la cantidad de demanda de clientes ya que a veces los visitantes hacen fila para poder cambiarse o hacer uso de los sanitarios.

Por otra parte, el parqueo vehicular es amplio para la cantidad de clientes que visitan el parque acuático Amapulapa. Y una de las ventajas que posee son las ventas de comidas típicas ya que las personas tienen un local y se desplazan a vender sus productos a los turistas a un precio accesible, además de los 12 merenderos con los que cuenta, sin embargo, algunos de ellos carecen de espacio suficiente.

Además, el turicentro tiene treinta y seis cabañas familiares que se encuentran con una vista agradable, pero tiene deficiencia respecto a la limpieza ya que se encuentran aglomeración de hojas secas. Por consiguiente, el parque acuático Amapulapa es conocido por su belleza natural. (Ver anexo No.7 (infraestructura) y N°9 (parqueo, baños, desvestidores, comedores y ventas).

### **Atención al cliente.**

Según lo observado y comentarios de los clientes, algunos de ellos se encuentran insatisfechos puesto que no todos los empleados los atienden cortésmente de tal manera que en la comunicación y lenguaje se encuentra un deficiente porque en ocasiones el lenguaje utilizado no es el adecuado.

Por otra parte, la atención que brindan es de manera rápida al momento de ingresar al parque acuático mientras que existe una carencia de orientación cuando los clientes preguntan en donde se encuentran los merenderos, cabañas, precio sobre el alquiler de hamacas, mesas y sillas entre otros

En cuanto a la señalización y seguridad se encuentra deficiente, puesto que solo hay un guardavidas en la piscina más grande, también carecen de áreas de juegos. (Ver anexo No.7, atención al cliente, higiene y seguridad).

### **5. Análisis FODA.**

Como en toda empresa existen fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; el parque acuático Amapulapa no es la excepción ya que se han identificado aspectos internos y externos, los cuales conducen a la elaboración de una matriz en la cual se detalla lo anteriormente mencionado y se utilizó de complemento para conocer la situación actual.

## MATRIZ FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal con amplia experiencia.</li> <li>✓ Precio accesible a los clientes.</li> <li>✓ El acceso al lugar es favorable.</li> <li>✓ Amplias zonas verdes.</li> <li>✓ El servicio de atención al momento de entrar al parque acuático Amapulapa es rápido.</li> <li>✓ El parqueo es muy amplio.</li> <li>✓ Los merenderos y las ventas de comidas típicas tienen precios accesibles.</li> <li>✓ La gran mayoría de empleados reconoce con facilidad sus emociones.</li> <li>✓ El servicio de atención al cliente fue evaluado muy bueno.</li> <li>✓ El personal se encuentra debidamente uniformado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar alianzas estratégicas.</li> <li>✓ Recibir capacitaciones por parte de otras instituciones.</li> <li>✓ Acceso a recursos tecnológicos.</li> <li>✓ Incremento de turistas extranjeros.</li> <li>✓ Mayor acceso a medios de comunicación y redes sociales.</li> <li>✓ Mayor atracción turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poco personal para satisfacer la demanda de visitantes en vacaciones y días festivos.</li> <li>✓ El precio debe mantenerse dado que fue evaluado en su mayoría como regular.</li> <li>✓ En cuanto a la limpieza de las zonas verdes es deficiente.</li> <li>✓ El servicio de atención al cliente resultó ser deficiente respecto a orientación.</li> <li>✓ Una parte de los empleados no es capaz de reconocer sus emociones con facilidad..</li> <li>✓ Muchos empleados no pueden controlar el estrés.</li> <li>✓ En cuanto a la cancha de fútbol fue mal evaluada.</li> <li>✓ No poseen una estructura organizativa propia.</li> <li>✓ Estadías de perros que extraen los desperdicios.</li> <li>✓ Pocos guardavidas, lo cual genera inseguridad.</li> <li>✓ Desconocen el significado de inteligencia emocional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Competencias de otros parques acuáticos respecto al precio de entrada..</li> <li>✓ Puede existir un personal mayor capacitado.</li> <li>✓ Menor estrés emocional debido a técnicas de relajación entre otros aspectos.</li> <li>✓ Aumento de la delincuencia.</li> <li>✓ Aumento de precios</li> </ul>

## 6. Diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC)

Con los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a empleados y clientes, guía de entrevista estructurada suministrada al administrador del parque acuático Amapulapa y la guía de observación directa se realizó un diagnóstico de necesidades de capacitación que permitió detectar y establecer las necesidades de las capacitaciones del personal en cuanto a sus conocimientos, habilidades y actitudes, que deben dominar para lograr un buen desempeño en el servicio de atención al cliente, cabe mencionar que información proporcionada por el administrador fue limitada

### 6.1. Clasificación de las necesidades de capacitación del parque acuático Amapulapa.

- **Área de recursos humanos**  
Servicio de atención al cliente  
Personal

### 6.2. Diagnóstico de Necesidades de Capacitación.

Descripción del problema	Área involucrada	Antecedentes	Descripción de responsabilidades
-Deficiencia en la orientación de servicio de atención al cliente.  -Personal limitado	Área de recursos humanos	-Deficiencias en el servicio y atención al cliente. -Falta de iniciativa -Carencia en la orientación respecto a la información que brindan a los visitantes. -Deficiencia en comprensión a los clientes. -Los empleados no logran satisfacer la demanda de clientes en época de vacaciones. Además de ello hay pocos guarda vidas.	-orientar al cliente. -Satisfacer al cliente. -Atención de los clientes que solicitan información. -Prevención de las posibles causas de conflictos con los clientes.

## **7. Alcances y limitaciones**

### **7.1. Alcances**

Mediante el desarrollo de la investigación, se logró alcanzar ciertos objetivos trazados por ejemplo: determinar percepciones de los clientes sobre el servicio y atención y al conocer el objetivo se mostraron en la disposición de brindar la información necesaria para el desarrollo de la misma. Los datos que se obtuvieron serán de mucha importancia para el parque acuático ya que estos insumos serán de utilidad para crear un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio y atención que ofrecen los empleados.

### **7.2. Limitaciones**

A pesar de los alcances de la investigación también existieron limitaciones durante la misma:

- Se dificultó la recolección de información con algunos de los empleados, puesto que ellos se encuentran laborando en diferentes días ya que sus horarios son rotativos, razón por la cual se visitó el parque más de cinco veces.
- Al entrevistar al administrador del parque acuático Amapulapa, se esperó mucho tiempo debido a que era hora de almuerzo, por ende, no podía atender en el momento al grupo investigador.
- Algunos empleados, manifestaron cierta indiferencia al solicitarles su colaboración para proporcionar la información, lo que ocasionó cierta incomodidad al grupo de investigación.
- Algunos clientes encuestados mostraron cierto temor, ya que afirmaron que no sabían leer y se negaban a responder, luego accedieron a colaborar siendo el grupo investigador quien completaba las preguntas de acuerdo a lo que ellos respondían.
- Se manifestaron inconvenientes al momento de recuperar las encuestas, por el hecho que algunos empleados y clientes afirmaron no tenerlos completos por motivos de tiempo o extravío, lo cual dio lugar al retraso de la investigación.

## E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

1. En cuanto a capacitaciones los clientes, empleados y el administrador del parque consideran que es importante para optimizar su desempeño además de fortalecer el trabajo en equipo, comunicación y cambiar métodos, técnicas que favorecen el desempeño de sus labores.
2. La mayoría de los empleados del parque acuático Amapulapa desconoce el significado de inteligencia emocional y esto se debe a que no han recibido capacitaciones sobre dicho tema, puesto que las áreas en que más reciben son: atención al cliente, trabajo en equipo, liderazgo y fomento a la unidad.
3. El servicio y atención al cliente resulto deficiente en cuanto a la evaluación por parte de los turistas dado que fue calificado como bueno respecto a otro turicentro que han visitado
4. La orientación y ubicación que los empleados brindan a los clientes se encuentra deficiente según los resultados obtenidos de la encuesta, mientras que la amabilidad y cortesía al momento de ingresar al parque acuático fue evaluada muy buena según la opinión de los visitantes.
5. La mayor parte de los empleados reconoce con facilidad sus emociones, sin embargo, no reconocen de manera muy rápida el factor que las origina, respecto al control de la misma están deficientes, ya que cuando se encuentran con presión laboral no siempre son capaces de relajarse.
6. Por otra parte, en cuanto a las relaciones interpersonales se encuentra muy favorable ya que según la opinión del personal la mayoría es capaz de iniciar una conversación con alguien que recién acaba de conocer. Al mismo tiempo la mayor parte los empleados

posee empatía, puesto que son capaces de entender y reconocer que su comportamiento puede afectar al cliente.

7. Los medios que utilizan para la publicidad son deficientes ya que solo utilizan redes sociales, anuncios en radio y televisión, es por ello que una gran mayoría de los clientes no conoce las promociones que el parque acuático Amapulapa ofrece.
8. El acceso al parque acuático Amapulapa es bueno, de tal manera que la mayoría de visitantes utilizan el transporte colectivo dado que es visitado por excursiones de colegios, iglesias, excursiones de comunidad, buses alegres, mientras que otros clientes utilizan sus vehículos y las pocas personas que residen en los alrededores del parque acuático utilizan el pick up o caminatas.
9. El parque acuático Amapulapa no cuenta con todo el personal necesario para atender la demanda de visitantes en épocas de vacaciones y días festivos debido a que hay poco personal.
10. No se cuenta con suficiente personal de guardavidas teniendo piscinas que son profundas, así como para las piscinas para niños/as, además existe poca vigilancia, para brindar mayor seguridad a los visitantes.
11. Según los resultados de la investigación, la gran mayoría de empleados se encuentran motivados en su trabajo, así como están dispuestos a cambiar los métodos de trabajo si los que ellos utilizan no dan resultado.

### **Recomendaciones**

1. Es recomendable brindar capacitaciones sobre temas diversos que ayuden a optimizar el servicio y atención al cliente.
2. Es recomendable brindar capacitaciones sobre inteligencia emocional con enfoque al servicio y atención al cliente.
3. Es recomendable fortalecer las competencias de servicio de atención al cliente a través de capacitaciones que fomenten el trabajo en equipo, comunicación, empatía y estrategias para la solución de posibles conflictos con los visitantes.
4. Se recomienda brindar charlas, seminarios y talleres que permitan incentivar la competencia de servicio y amabilidad para que los empleados sean capaces de brindar una mejor orientación al cliente.
5. Brindar talleres en los que puedan realizar simulacros de diferentes tipos de clientes para que ayude a identificar las emociones y factores que dan origen a éstas y a la vez fomenten técnicas de relajación, rutinas de ejercicio después de sus labores, para disminuir la tensión y estrés laboral.
6. Fomentar el trabajo en equipo, en talleres y charlas que motiven a una mejor comunicación, para que el personal sea participó de múltiples actividades que ayuden a fortalecer la empatía en las relaciones interpersonales.
7. Invertir e incrementar la publicidad para dar a conocer sus promociones a los clientes, de tal manera que existirá una mayor atracción de visitantes para el parque acuático Amapulapa.
8. Se debe mejorar el acceso para las personas que residen en los alrededores del parque acuático Amapulapa, dado que favorecería aumentando el número de visitantes en temporada vacacional y días que no son festivos.

9. Contratar más personal o distribuir de una mejor forma el número de empleados para que sean capaces de brindar el servicio y atención en temporada de vacaciones y días festivos.
10. Contratar más personal calificado para guardavidas o especializar al personal para incrementar el número de ellos, de tal manera que puedan brindar mayor seguridad en las piscinas de niños/as y adultos.
11. Es recomendable fomentar el desarrollo profesional, a través de incentivos monetarios, emocionales tales como el mejor empleado del mes, para mantener un excelente ambiente laboral y comunicación, de tal forma mantener el personal motivado.

### ***CAPÍTULO III***

## **PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

### **A. IMPORTANCIA**

La capacitación es una herramienta privilegiada para progresar, para desarrollar y mejorar competencias, para incentivar hábitos positivos de trabajo, para pensar formas alternativas de gestionar y de resolver situaciones complejas.

La razón fundamental de capacitar a los empleados es darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño satisfactorio.

### **B. OBJETIVOS**

#### **General**

Proporcionar un plan de capacitación en inteligencia emocional que permita optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

#### **Específicos**

- Concientizar a los empleados sobre la importancia que tiene la inteligencia emocional respecto al servicio de atención al cliente que brindan para que al finalizar los módulos se conviertan en agentes de cambio.

## C. Filosofía organizativa propuesta del parque acuático Amapulapa.



### 1. Misión

Contribuir a la recreación familiar y social en un ambiente agradable y confortable brindando el mejor servicio de atención al cliente a través de un personal altamente motivado.



### 2. Visión

Ser el parque acuático de preferencia en el país, satisfaciendo a los visitantes, a través de un servicio de alto valor, valores culturales y ambientales creando experiencias únicas que motiven a los clientes a volver logrando todo esto a través de un personal eficiente y eficaz.



### 3. Valores

Los principales valores que guían el accionar de los empleados del parque acuático Amapulapa son:

- **Compromiso:** de satisfacer expectativas de los clientes.
- **Respeto:** a todos los clientes, como medio para promover relaciones armoniosas.
- **Integridad:** en cada uno de los servicios y acciones, enfrentando todas las situaciones con honestidad, honradez y rectitud.
- **Responsabilidad** con la gente y el medio ambiente, cultura a fin de mantener la sostenibilidad y sustentabilidad del turismo en el parque acuático Amapulapa.
- **Confiabilidad:** capacidad de prestar el servicio y atención con exactitud y seriedad (alta responsabilidad).

- **Cortesía:** atender con amabilidad y educación a los visitantes.

#### 4. Objetivos

##### **Objetivo General:**

Promover la recreación familiar y desarrollo turístico velando por la protección de los recursos naturales, así como buscar el desarrollo económico del parque acuático Amapulapa.

##### **Objetivos Específicos:**

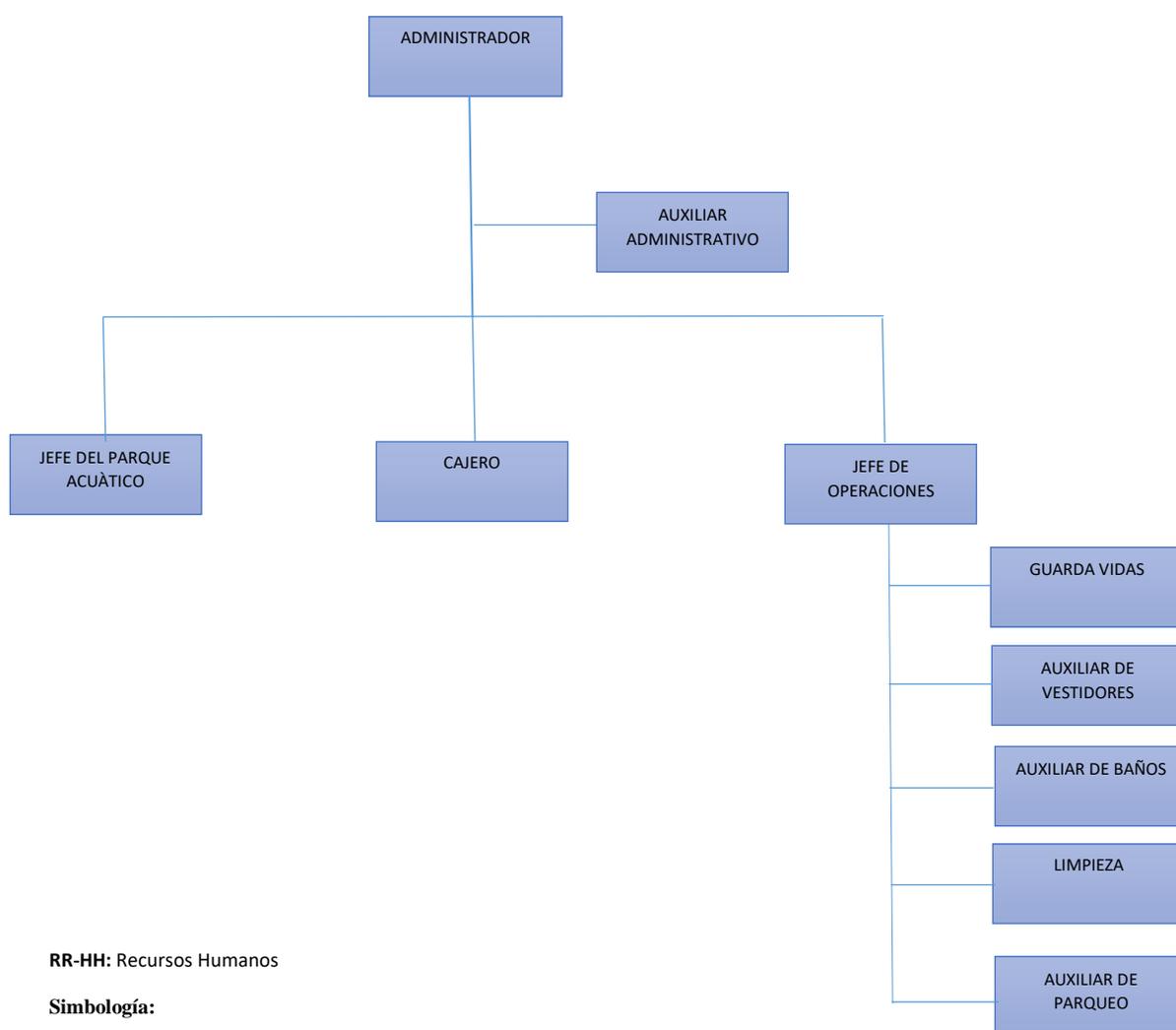


- Exceder las expectativas del cliente en toda situación.
- Favorecer la recreación familiar a través de un excelente servicio de atención al cliente.
- Contribuir al progreso socioeconómico del país.
- Preservar el medioambiente.

## D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA

### 1. Organigrama Propuesto.

En el parque acuático Amapulapa ya existen estos puestos de trabajo, pero no se encuentran en una estructura jerárquica establecida, además se han determinado sus responsabilidades a fin de obtener mejores resultados en el turicentro, por lo tanto, se propone la estructura organizativa, puesto que ahí se determinan los niveles de autoridad, dependencia y responsabilidad.



RR-HH: Recursos Humanos

#### Simbología:

■ Cargos

— Jerarquía o autoridad sobre

— Correlación y especialización

Fecha: diciembre 2017

Autorización: \_\_\_\_\_

Nota: será autorizado por el jefe de unidad de turicentros y parques del ISTU

## **2. Funciones**

### **2.1. Administrador.**

- Organizar, coordinar, dirigir y supervisar las actividades a desarrollar en el centro turístico, por el personal bajo su responsabilidad, cumpliendo adecuada atención a los visitantes.
- Capacidad para usar los métodos, las técnicas y los medios necesarios para la ejecución de tareas específicas.
- Decidir la adecuada utilización de recursos humanos y materiales puestos a disposición.
- Seleccionar, asignar, motivar, integrar, promover y evaluar a los empleados dentro de la estructura organizacional, teniendo en cuenta sus capacidades, habilidades, destrezas, competencias, carácter y personalidad.

### **4.1. Jefe del parque acuático Amapulapa**

- Supervisar el trabajo del personal.
- Gestionar la reserva de cabañas
- Colaborar y aportar ideas en materia de publicidad.
- Plantear mejoras operativas, logísticas y funcionales.
- Supervisar el cumplimiento de los requisitos exigidos por el cliente.
- Coordinar el cumplimiento de las medidas de seguridad y protección al turista.

### **4.2. Auxiliar administrativo**

- Apoyar al administrador del parque acuático Amapulapa en los procesos de reclutamiento y selección del personal para el parque acuático Amapulapa.
- Remitir, controlar y registrar los formularios de evaluación de desempeño del personal y emitir los reportes correspondientes.

- Atender público y personal del parque acuático y brindar información mediante consultas telefónicas o personalmente, sobre trámites de los empleados, pago de sueldos y salarios y otros aspectos relacionados con el cargo.
- Controlar los procesos de servicios en la administración de personal, a objeto de dar cumplimiento a los planes y programas sobre los beneficios establecidos por el parque acuático Amapulapa.
- Velar por el buen funcionamiento y uso de las instalaciones, equipos e instrumentos que utilizan en el desarrollo de sus actividades.
- Gestionar la documentación del parque acuático: facturas, permisos, inspecciones, etc.

#### **4.3. Cajero**

- El cajero debe recepcionar y entregar dinero en efectivo de los tiquetes vendidos a los clientes y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos al parque acuático y la cancelación de pagos que correspondan a través de la caja.
- Liquidación de facturas en la caja.
- Cierre de caja
- Vigilar y cuidar de los fondos que se hayan generado durante su permanencia al frente de su puesto de trabajo.

#### **4.4. Jefe de operaciones**

- Una de las principales tareas que tiene que realizar es la de proporcionar un entorno de trabajo que genere energía positiva, creatividad y sentimiento de equipo entre los empleados.

- Lograr compromisos con los empleados realizando reuniones, escuchando a cada departamento sobre sus problemas y preocupaciones y estableciendo un ejemplo de profesionalismo mostrando cualidades de liderazgo para el emprendimiento.

#### **4.5. Guarda vidas**

- Ser responsable por la seguridad y bienestar de los visitantes.
- Asegurarse que ningún daño le ocurra a los clientes de su zona de responsabilidad.
- Proveer los elementos para ayudar a prevenir ahogamiento (u otras emergencias) en su área de responsabilidad.
- Detener un evento antes de que ocurra como reaccionando a uno en proceso.

#### **4.6. Auxiliar de vestidores**

- Brindar la seguridad y satisfacción plena a los clientes al momento de ingresar a los vestidores.
- Realizar limpieza y debido aseo.

#### **4.7. Auxiliar de baños**

- Mantener en condiciones óptimas y estables los servicios sanitarios.
- Realizar limpieza y debido aseo.

#### **4.8. Limpieza.**

- Mantener limpia las áreas de piscinas, cabañas, parqueo, mesas y sillas.
- Realizar la limpieza y tratamiento del agua de las piscinas.

### **F. CONTENIDO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

Este apartado comprende la propuesta de un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa, ubicado en el municipio de

San Vicente, para su elaboración se tomaron en cuenta parte de aspectos teóricos citados en el capítulo I, así como la parte esencial del análisis de datos y el diagnóstico de la situación actual con respecto a la atención al cliente que ofrecen los empleados, planteados en el capítulo II.

El plan de capacitación propuesto inicia con la importancia, y objetivos del mismo, así como las políticas que regirán el buen funcionamiento de las actividades, de la misma manera el perfil que deberá cumplir el capacitador a ser contratado, los métodos y medios de enseñanza a utilizar en la capacitación, los recursos humanos, materiales y financieros. La descripción del plan, el contenido de cada módulo y sus respectivos formatos de contenido temático; posteriormente se detalla la calendarización, el presupuesto de costos para realizar las actividades de capacitación, y por último la forma de evaluación y seguimiento que deberá darse en el plan.

La propuesta tiene como objetivo principal, brindar a los empleados del parque acuático Amapulapa conocimientos que contribuyan a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente. De manera que el éxito de la capacitación dependerá del apoyo de las autoridades de la misma y la disponibilidad de los 23 empleados del parque acuático.

### **G. ENFOQUE DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

El plan de capacitación a implementar tendrá una orientación correctiva ya que su principal objetivo está enfocado a fortalecer las competencias del servicio y atención al cliente, identificar o determinar cuáles debilidades son factibles de corregir a través de acciones de capacitación, las cuales estén orientadas a que el empleado adquiera nuevos conocimientos o los actualice; con el propósito que los pueden aplicar en sus labores. Por lo que permitirá incrementar la eficiencia, motivación, actitudes, aptitudes, identificación con el parque, comunicación, liderazgo entre otros factores que son indispensables para el buen desempeño laboral.

### 1. Definición de contenidos por módulos

El plan de capacitación se ha elaborado en seis módulos, en donde cada uno se especificará el nombre, duración y objetivos que se pretenden alcanzar, además incluyen temas de interés que se desarrollaran en cada uno de ellos.

Los temas que se establecerán serán con la finalidad de ampliar conocimientos, habilidades y destrezas en cada uno de los empleados del parque acuático Amapulapa, siendo de gran utilidad para el fortalecimiento de las competencias en el servicio de atención al cliente y ámbito personal, de tal manera puedan desempeñarse con éxito en sus puestos de trabajo.

### 2. Ámbito de aplicación

La estructura y contenido del plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente dirigido a los empleados del parque acuático Amapulapa, comprenderá la descripción básica de todas las acciones formativas a manera de módulos con temas de interés los cuales se impartirán para fortalecer el desempeño laboral, habilidades y destrezas de cada uno de ellos.

### 3. Forma de ejecutar

El plan de capacitación en inteligencia emocional se ejecutará de acuerdo con los horarios de trabajo de los empleados el cual se detalla en la siguiente tabla:

**Cuadro n°5**

Grupos	Empleados	Días que laboran	Días que no laboran
1	11	Lunes, miércoles, jueves, viernes y sábado	Martes y domingo.
2	12	Martes, miércoles, jueves, viernes y domingo.	Lunes y sábado.

De acuerdo con la tabla anterior la capacitación se desarrollará en 1 sesión de ocho horas por grupo que se detalla a continuación:

Cuadro n°6

Grupos	Empleados	Día de capacitación	Hora	
			Matutino	Vespertino
1	11	Martes	8:00 am- 12:00 md	1:00 pm- 5:00pm
2	12	Lunes	8:00 am- 12:00 md	1:00 pm- 5:00pm

La técnica de la capacitación serán clases participativas que se impartirán por facilitadores del INSAFORP especializados en los temas con el objetivo de que los participantes procuren una mejora continua en la inteligencia emocional enfocada en el servicio de atención al cliente; de tal manera que aumenten la eficiencia, motivación laboral, competencias y todos aquellos aspectos relacionados con dicho tema.

Cada uno de los temas que se impartirán son de mucha importancia, que los empleados deben de conocer, aplicar y saber ejecutar para que, al tener contacto con los clientes, brinden un buen servicio al visitante de tal manera sea de gran satisfacción; por lo cual es necesario que las personas que sean capacitadas adquieran y pongan toda su disponibilidad de aprender en cada sesión que se impartirá referente al tema.

#### 4. Lugar de la capacitación

Las capacitaciones se llevarán a cabo en las instalaciones del parque acuático Amapulapa, ubicado en la ciudad de San Vicente a 60 kilómetros al oriente de San Salvador.



Además de ser geográficamente accesible tiene las condiciones favorables para su desarrollo como lo son la amplitud, comodidad y ambiente agradable, lo cual permitirá que puedan tener mayor concentración y favorecerá la retención de las temáticas

impartidas. El lugar estará bajo la coordinación del administrador del parque acuático y se gestionará el permiso al jefe de la unidad de turicentros y parques del ISTU un mes antes a la fecha de iniciación de las capacitaciones, para evitar algún tipo de contratiempo.

## **5. Perfil del facilitador de la capacitación**

### **5.1. *Requisitos***

Durante el proceso de instrucción el capacitador es una figura muy importante en las diferentes actividades de capacitación, ya que es el principal motivador, quien se encarga de coordinar y lograr el aprendizaje de los participantes, causando diferentes impresiones en ellas, ya sea como líder, maestro, expositor, compañero, amigo, etc. Cada uno de los participantes se formará un concepto muy particular de él y del papel que desempeña cuando se encuentra al frente del grupo. El aprendizaje es una decisión personal e individual, el capacitador juega un papel determinante en la decisión de los participantes por comprometerse con la actividad.

Es importante comprender, reflexionar y asimilar lo que es un capacitador, ya que la personalidad, las actitudes y el comportamiento del capacitador son fundamentales para sacar adelante un curso, de tal forma que el participante se comprometa a desarrollar virtudes importantes y evitar los errores que traerían como consecuencia el fracaso del grupo.

Por ello es necesario que la persona que desempeñe el papel posea algunas características que le permitan desarrollar con éxito las diferentes actividades programadas.

- ✓ Objetivo
- ✓ Dinámico
- ✓ Voluntario
- ✓ Conocedor del tema
- ✓ Comunicativo
- ✓ Responsable
- ✓ Tolerante

- ✓ Que transmita credibilidad

## 5.2. *Funciones*

Quienes realicen el rol de facilitador tendrán bajo su responsabilidad las siguientes funciones:

- Evaluar las competencias de cada uno de los participantes y facilitar su aprendizaje.
- Diseñar y elaborar el material a ser utilizado en el desarrollo de cada uno de los módulos de capacitación.
- Organizar con las autoridades del parque acuático Amapulapa, todo el proceso para el desarrollo de las capacitaciones, que incluyen desde logística, local, distribución de espacio, equipo, entre otros, para el éxito de estos.
- Impartir el contenido de los módulos.
- Promover la comunicación entre los participantes.
- Ofrecer criterios para la selección, sistematización y aplicación.
- Actualizar la información que se utilice en el desarrollo de los contenidos.
- Cumplir con las horas establecidas en cada módulo.
- Presentar informes de las actividades de evaluación y seguimiento del plan de capacitación.

<b>REQUISITOS DEL PERFIL DE UN CAPACITADOR</b>	
<b>Edad</b>	Mínimo 30-45 años
<b>Género</b>	Masculino o Femenino.
<b>Educación Profesional</b>	Lic. En Administración de Empresas o carreras afines, preferentes con maestrías o postgrados, amplia experiencia dirigiendo personal en todas las áreas administrativas y operativas.
<b>Experiencia Laboral</b>	2 años mínimo comprobables como facilitador en el área de capacitación.
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio de Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint),</li> <li>• Manejo de equipo audiovisual,</li> <li>• Desarrollo en la ejecución de planes, programas de capacitación y áreas de servicios.</li> </ul>
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar bien preparado y al mismo tiempo ser flexible.</li> <li>• Pensar y actuar creativamente.</li> <li>• Tratar temas delicados y saber manejarse ante los sentimientos de la gente.</li> <li>• Disposición de generar confianza y desarrollo de capacidades.</li> <li>• Alentar el buen humor y el respeto.</li> <li>• Capacidad de escucha empática.</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>
<b>Características</b>	Objetivo, dinámico, respetuoso, puntual, responsable, ordenado, paciente, buen expositor, con sentido de buen humor, natural y congruente, buena presentación, creativo, sociable, saber escuchar, ético y disciplinado.

## 6. Políticas

Antes de desarrollar el plan de capacitación deberá presentarse al jefe de la unidad de turicentros y parque quien se encargará de autorizar que se lleve a cabo dicho plan. Luego de ello el administrador y jefe del parque acuático se encargarán de coordinar la ejecución del plan de capacitación.

Así mismo para dar cumplimiento al plan de capacitación se propone un marco de políticas en las cuales se establecen una serie de lineamientos detallados a continuación:

- Las capacitaciones se desarrollarán los días martes para el grupo 1 y el lunes para el grupo 2 en una jornada de ocho horas por grupo. (Nota: estos días se han tomado en base a los horarios de cada grupo), con el objetivo de no afectar las labores que realizan en la semana los empleados del parque acuático Amapulapa. (Ver cuadro N° 5 y 6).
- Los contenidos de los módulos temáticos estarán determinados por el diagnóstico de necesidades elaborado en el capítulo II, el cual muestra cuáles son las áreas que se necesitan mejorar.

- El contenido de cada módulo deberá tener como finalidad mejorar los conocimientos y competencias del servicio de atención al cliente.
- El plan de capacitación deberá ser dirigido a todos los empleados del turicentro.
- En cada sesión se deberá dar 10 minutos de receso para refrigerio y esparcimiento de los participantes.
- El material de apoyo didáctico deberá ser entregado a cada uno de los participantes con anticipación al plan de capacitación, el cual quedará bajo cuidado, responsabilidad.
- Se deberá llevar un control de la asistencia de los participantes.
- El facilitador, deberá evaluar cualitativamente a los participantes al finalizar los módulos.
- Al finalizar cada módulo de capacitación a cada participante se le otorgará una “hoja de evaluación de la capacitación” con el objeto de medir el impacto o grado de asimilación de la persona que impartió los temas.
- La unidad de recursos humanos del parque acuático deberá dar seguimiento y evaluar el rendimiento de los empleados que hayan sido capacitados y al finalizar el plan de capacitación otorgará a cada uno de ellos un diploma de reconocimiento por su asistencia a las capacitaciones.

## **7. Metodología**

La metodología, es decir los métodos y/o medios de enseñanza-aprendizaje que se utilizarán en el desarrollo del plan de capacitación deben incluir todas aquellas tareas y actividades necesarias para que los participantes logren una mejor asimilación de los temas a desarrollar como también exploten su potencial como persona y puedan cumplirse los objetivos formulados en el plan de capacitación.

Es importante considerar los siguientes aspectos previos a la selección de los métodos de enseñanza a utilizar: tema de los módulos y objetivos, contenido del plan de capacitación, número de participantes, grado de participación, tiempo disponible, disponibilidad de recursos.

## **8. Métodos de enseñanza**

Considerando lo anterior y los resultados obtenidos en el diagnóstico a los empleados, es importante definir los métodos más apropiados a utilizar en el desarrollo del plan de capacitación los cuales son:

- **Texto programado:**

Es material didáctico que guía al participante durante el proceso de aprendizaje.

- **El método de clase:**

Contribuirá a una enseñanza impartida por el facilitador que utilicen recursos didácticos que estimule la participación de los empleados del parque acuático resolviendo las dudas e inquietudes.

- **Método de demostración:**

Permitirá la descripción por medio del uso de ejemplos, se explicará el “por qué” y el “cómo” de lo que se está enseñando.

## **9. Medios de enseñanza**

Se ha considerado que son un componente del proceso educativo que sirven como base para los métodos de enseñanza; es decir que resulta indispensable la relación de los medios y los métodos.

En el plan de capacitación, para la selección de los medios se deben considerar los siguientes criterios:

- El conocimiento y dominio técnico didáctico de los medios que se utilizarán.
- El medio debe contribuir a mejorar la calidad de trabajo de enseñanza-aprendizaje.
- El medio debe facilitar la asimilación de los participantes en sus diferentes etapas.
- El material debe ser legible y de fácil comprensión.

## H. MÓDULOS A IMPLEMENTAR AL PLAN DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.

### 1. Módulo I: Inteligencia emocional

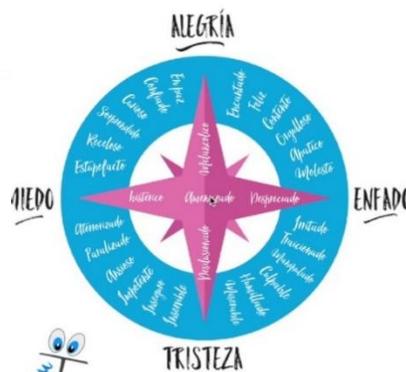
En este módulo se impartirán todos los aspectos relativos a temas afines con la inteligencia emocional ya que ofrecen una disposición definida para actuar en el momento adecuado, es por eso que está diseñado para obtener beneficios y mejorar el servicio al cliente a partir de un buen manejo de éstas.

	<b>Parque acuático Amapulapa</b>
<b>Duración:</b> 90 minutos	<b>Nombre del módulo:</b> Inteligencia emocional
<b>Desarrollo y contenido</b>	<b>Objetivos:</b> -Brindar conocimientos sobre la inteligencia emocional para que los empleados sean capaces de aplicarlo en su área de trabajo. -Al finalizar el módulo los empleados sean capaces de identificar sus emociones y lograr un mejor control de ellas tanto en su vida personal como en el área de trabajo. -Que los empleados sean capaces de identificar la inteligencia emocional en el servicio de atención al cliente.
<b>Temarios:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceptos generales de inteligencia emocional</li> <li>2. Elementos de la inteligencia emocional</li> <li>3. Pilares de la inteligencia emocional</li> <li>4. Inteligencia emocional el servicio de atención al cliente.</li> </ol>	
Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente.	

## NOMBRE DEL MÓDULO: LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

MATUTINO	TIEMPO	CONTENIDO	OBJETIVO	METODOLOGÍA	RESPONSABLES	RECURSOS
8:00 –8:05 am	5 minutos	Bienvenida, presentación e introducción	Presentar al facilitador y dar a conocer la importancia de la capacitación.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
8:05 –8:15 am	10 minutos	Conceptos generales de inteligencia emocional	Explicar los conceptos generales de la inteligencia emocional	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
8:15 – 8:30 am	15 minutos	Elementos de la inteligencia emocional	Exponer los elementos de la inteligencia emocional	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
8:30 – 8:40 am	10 minutos	Receso				
8:40 – 8:50 am	10 minutos	Pilares de la inteligencia emocional	Describir los pilares de la inteligencia emocional	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
8:50 –9:00 am	10 minutos	Dinámica	Que los empleados sean capaces de identificar y comprender nociones básicas de la inteligencia emocional	Participativa	Facilitador y participantes	Instalaciones
9:00 –9:15 am	15 minutos	Inteligencia emocional en el servicio de atención al cliente.	Establecer la importancia de la inteligencia emocional en el servicio de atención al cliente.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
9:15 –9:30 am	15 minutos	Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas que tengan los participantes y que pueden exteriorizar sus comentarios sobre la capacitación	Expositiva	Facilitador participativa y	Retroproyector Laptop micrófono

## MI BRÚJULA EMOCIONAL



### DESARROLLO DE LA DINÁMICA.

**Objetivo:** identificar las situaciones que dan origen a las diferentes emociones.

### Procedimiento:

1. El facilitador reparte una de hoja papel (en la cual se encuentre dibujada la rosa de los vientos) y lapiceros.
2. Los empleados deberán escribir **alegría** al norte y reflexionar sobre la pregunta: ¿Qué he logrado?
3. Al sur, escribirán **tristeza** y responderán la interrogante ¿Qué he perdido?  
Entre ambas emociones, situarán las metas que han alcanzado o perdido. Lectura positiva y reflexiva de cada una de ellas.
4. En el este, los participantes anotan el enfado y pensarán qué los ataca o los hace sentir en una situación de riesgo.
5. En el lado oeste, escriben el **miedo**. En este punto, reflexionarán sobre cuáles sus miedos.
6. En el resto de los puntos, situar otras emociones que estén presentes.
7. Esta dinámica puede tomar de 10 minutos.

Al finalizar los empleados compartirán lo realizado con sus compañeros y realizar una reflexión sobre los diferentes momentos que dan origen a sus emociones.

## 2. Módulo II: Emociones en el trabajo.

En este módulo se impartirán todos los aspectos relativos a temas afines con el control de emociones ya que estas determinan, su capacidad de solución de conflicto o de tareas demandadas por el trabajo, sus funciones, y responsabilidades, es por ello que se brinda técnicas de relajación.

	<b>Parque acuático Amapulapa</b>
<b>Duración:</b> 90 minutos	<b>Nombre del módulo:</b> Emociones en el trabajo.
<b>Desarrollo y contenido</b>	<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Brindar conocimientos generales sobre las emociones para que los empleados sean capaces de identificar las emociones que favorecen su desempeño laboral.</li> <li>- Que al finalizar el módulo los empleados sean capaces de identificar y controlar sus emociones en el trabajo de una manera más rápida.</li> <li>- Exponer técnicas de control emocional para que los empleados sean capaces de obtener un adecuado manejo de ellas en el servicio y atención al cliente.</li> </ul>
<b>Temarios:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las emociones positivas y negativas orientadas a los objetivos.</li> <li>2. Emoción y razón en la toma de decisiones.</li> <li>3. Capacidades mentales que controlan la inteligencia.</li> <li>4. Autoestima y motivación laboral.</li> <li>5. Técnicas de control emocional</li> </ol>	
Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente	

## NOMBRE DEL MÓDULO: EMOCIONES EN EL TRABAJO

MATUTINO	TIEMPO	CONTENIDO	OBJETIVO	METODOLOGÍA	RESPONSABLES	RECURSOS
9:30 – 9:35 am	5 minutos	Presentación e introducción	Dar a conocer la importancia del módulo.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
9:35 – 9:45 am	10 minutos	Emociones positivas y negativas orientadas a los objetivos.	Explicar las emociones positivas y negativas orientadas a los objetivos.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
9:45 – 10:00 am	15 minutos	Emoción y razón en la toma de decisiones.	Exponer la importancia de la emoción y la razón en la toma de decisiones.	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
10:00 – 10:10 am	10 minutos			Dinámica		
10:10 – 10:20 am	10 minutos	Capacidades mentales que controlan la inteligencia	Describir las capacidades mentales que controlan la inteligencia.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
10:20 – 10:30 am	10 minutos	Técnicas de control emocional	Brindar técnicas de control de emocional.	Participativa	Facilitador	Instalaciones
10:30 – 10:45 am	15 minutos	Autoestima y motivación laboral.	Establecer la importancia del autoestima y motivación laboral.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
10:45 – 11:00 am	15 minutos	Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas que tengan los participantes y que pueden exteriorizar sus comentarios sobre la capacitación	Expositiva	Facilitador y participantes.	Retroproyector Laptop micrófono

## DESCUBRIENDO EL SACO DE EMOCIONES.



## DESARROLLO DE LA DINÁMICA

**Objetivo:** identificar emociones y fomentar el trabajo en equipo

Procedimiento:

1. El facilitador entregará una hoja de papel y lápiz a la vez explicará que presentará al grupo una serie de situaciones y que cada uno, de manera individual, debe recapacitar sobre cada una de ellas. Se puede adjuntar una lista de preguntas, como las siguientes: ¿qué ¿sentimientos experimentan las personas que aparecen?, ¿cómo cree que se sienten?, ¿cómo te sentirías tú en su lugar?, ¿qué harías si fueras ellos?, entre otras.
2. Los participantes escribirán su reacción ante dicha situación.
3. El facilitador pedirá un voluntario que tendrá que salir a representar la emoción que aparezca en la ficha que tome.
4. Se promoverán espacios de reflexión para hablar de emociones o bien, el dinamizador propondrá una emoción en concreto y, entre todos, elaborarán una definición de la misma.
5. Esta dinámica puede tomar de 10 minutos.

### 3. Módulo III: Atención al cliente

Dentro de este módulo se abordarán todos los aspectos relacionados al proceso de atención al cliente, los elementos que lo conforman, así como la importancia, beneficios, con el fin de que los empleados adquieran nuevos conocimientos enfocados en la atención al cliente.

	<p align="center"><b>Parque acuático Amapulapa</b></p>
<p><b>Duración:</b> 90 minutos</p>	<p><b>Nombre del módulo:</b> Atención al cliente</p>
<p align="center"><b>Desarrollo y contenido</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a los empleados en cuanto la atención al cliente, para que garanticen una mayor eficacia.</li> <li>- Incentivar a los empleados para mejorar el trato que se le brinda a los clientes.</li> <li>- Promover en cada uno de los empleados se reconozca como el reflejo de la calidad y profesionalismo del parque acuático.</li> </ul>
<p><b>Temarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ atención al cliente y su importancia</li> <li>✚ Beneficios del turicentro al proporcionar un excelente servicio de atención al cliente.</li> <li>✚ Aspectos que radica un mejor servicio al cliente</li> <li>✚ Como promover una actitud positiva en el cliente</li> <li>✚ Regla de oro para prestar un mejor servicio de atención al cliente</li> </ul>	
<p align="center">Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente</p>	

**NOMBRE DEL MÓDULO: ATENCIÓN AL CLIENTE**

MATUTINO	TIEMPO	CONTENIDO	OBJETIVO	METODOLOGÍA	RESPONSABLES	RECURSOS
11:00 – 11:05 am	5 minutos	Presentación e introducción.	Dar a conocer la importancia del módulo.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
11:05 – 11:15 am	10 minutos	atención al cliente y su Importancia	Adquirir conocimientos básicos sobre atención al cliente.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
11:15 – 11:30 am	15 minutos	Beneficios de la institución al proporcionar atención al cliente.	Definir con él cada uno de los beneficios para generar un buen servicio de tal manera cubrir sus deseos y necesidades de los clientes	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
11:30 – 11:40 am	10 minutos			Receso		
11:40 – 11:50 am	10 minutos	Aspectos que radica un mejor servicio al cliente	Brindar una orientación del mejoramiento en atención al cliente en el parque acuático.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
11:50 – 12:00 md	10 minutos	Dinámica	Generar un ambiente entre los empleados y así formar grupos para realizar una dramatización.	Participativa	Facilitador y participantes	Instalaciones
12:00 - 12:40 pm			<b>Almuerzo</b>			
12:40 – 12:55 pm	15 minutos	Como promover una actitud positiva en el cliente	Fomentar una actitud positiva de servicio para brindar una mejor excelencia.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
12:55 – 1:10 pm	15 minutos	Regla de oro para prestar un mejor servicio atención al Cliente.  Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas que tengan los participantes y que pueden exteriorizar sus comentarios sobre la capacitación	Expositiva participativa	Facilitador y participantes	Retroproyector Laptop y micrófono



# Juego de Roles

## DESARROLLO DE DINÁMICA

**Objetivo:** Comprender que el cliente es su prioridad y que el conocimiento y aplicación de estrategias de servicio son piezas claves en una institución.

### Contenido:

1. Prepare los roles de clientes que se desea que sean representados. Al final aparecen algunos ejemplos.
2. Una vez que se tiene los roles se pegan en una pizarra de tal manera que no se lea el contenido. Cada rol debe tener un número visible para conocer la secuencia y tener control de la actividad.
3. Ejecute un rol por vez. De tal manera que tienen que haber dos participantes del taller realizándolo y el resto observando. Se decide la cantidad de roles, en función del tiempo del que dispone y de la cantidad de participantes.
4. Para rifar las parejas que harán el rol, sugerimos hacerlo en papel con pequeños rótulos con las palabras Cliente y en otro Servidor. De tal manera que los participantes puedan seleccionar el rol de forma aleatoria.
5. Cuando se haya seleccionado a los participantes solicitarle al que tiene el papel de Cliente tomar uno de los papeles pegados en la pizarra. Debe leerlo y entender lo que debe hacer. Se debe cerciorar que haya entendido el papel. Dele unos minutos para ello.
6. El participante que tiene el rol de servidor debe esperar a que el cliente que le correspondió lo aborde.
7. Puede escoger el producto o servicio que van a representar en cada rol.
8. Una vez que concluya cada rol, solicíteles a los observadores que adivinen el tipo de cliente que era y brinden sus recomendaciones para mejorar la atención.
9. Esta dinámica puede tomar de 10 minutos.

## **ROLES DE CLIENTES**

**Rol 1:** Usted es un cliente difícil. Habla fuerte. No deja hablar. Tiende a buscar su beneficio. Manipula y le gusta que hagan lo que usted desea. Le encanta impresionar.

**Rol 2:** Usted es un cliente dócil, fácil de tratar. Le gusta respetar y ser respetado. Trata bien a las personas. Aunque este enojado es una persona agradable. Escucha atento.

**Rol 3:** Usted es un cliente que no tiene mucho conocimiento sobre el producto o servicio que vende la empresa. Pregunta mucho y siempre solicita que le expliquen otra vez. No entiende con facilidad y hace gestos de estar "perdido".

**Rol 4:** Usted es un cliente "amigo". Le encanta tratar a la gente como si fuera su amigo. Tutea, toca, abraza, besa y le encanta el contacto físico. Le habla a la gente de forma abierta y utiliza muchos dichos y palabras de uso popular. Es confianzudo.

**Rol 5:** Usted es un cliente aprovechado. Manipula. Es peligroso, ya que tiende trampas para ver que logra sacar de más. Si la oportunidad se lo brinda tratará de intimidar. Pero también puede invitar a la otra persona a "ganar" con usted algo (dinero, objetos). Se puede definir como un pillo.

#### 4. Módulo IV: Competencias de servicio de atención al cliente.

En este módulo se impartirán todos los aspectos relativos a temas afines de poder mantener ciertas competencias para un buen servicio al cliente

	<h3>Parque acuático Amapulapa</h3>
<p><b>Duración:</b> 75 minutos</p>	<p><b>Nombre del módulo V:</b> Competencias de servicio de atención al cliente.</p>
<p><b>Desarrollo y contenido</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicar los diferentes conceptos generales de competencia.</li> <li>• Construir relaciones positivas con los empleados para que puedan tener la capacidad para resolver situaciones adversas.</li> <li>• Proporcionar en los empleados una orientación personalizada para el manejo de un buen servicio.</li> <li>• Desarrollar en cada uno de los empleados las competencias necesarias para brindar un buen servicio en los clientes que los visitan.</li> </ul>
<p><b>Temarios:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceptos generales de Competencia.</li> <li>2. Comportamiento del empleado enfocado en la orientación de servicio.</li> <li>3. Habilidades técnicas tales como: sociabilidad, adaptabilidad, iniciativa, decisión, tenacidad.</li> <li>4. Competencia en servicio de atención al cliente: Orientación al Cliente, tolerancia a la presión, flexibilidad, sensibilidad interpersonal, comunicación,</li> </ol>	
<p>Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente</p>	

**NOMBRE DEL MÓDULO: COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

<b>MATUTINO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>RECURSOS</b>
1:10 – 1:15 pm	5 minutos	Presentación e introducción del módulo.	Dar a conocer la importancia del módulo.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
1:15 – 1:25 pm	10 minutos	Conceptos generales de competencia	Explicar los diferentes conceptos generales de competencia.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
1:25 – 1:35 am	10 minutos	Comportamiento del empleado enfocado en la orientación de servicio.	Construir relaciones positivas de servicio para los clientes y poder resolver situaciones adversas.	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
1:35 – 1:45 pm	10 minutos	Receso				
1:45 – 1:55 pm	10 minutos	Habilidades técnicas tales como: sociabilidad, adaptabilidad, iniciativa, decisión, tenacidad	Promover el buen servicio a través de una orientación de técnicas personalizada.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
1:55 – 2:05 pm	10 minutos	Dinámica	Que los empleados sean capaces de identificar y aplicar sus competencias en el servicio de atención al cliente.	Participativa	Facilitador y participantes	Instalaciones
2:05 – 2:20 pm	15 minutos	Competencia en servicio de atención al cliente: Orientación al Cliente, tolerancia a la presión, flexibilidad, sensibilidad interpersonal, comunicación,	Reforzar competencias para un mejoramiento continuo en la atención de los clientes.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
2:20 – 2:35 pm	15 minutos	Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas y comentarios para una mejor percepción del tema.	Expositiva	Facilitador participativa y	Retroproyector Laptop micrófono

**Dinámica:** “nunca digas nunca”.

**Objetivo:** que los empleados sean capaces de fortalecer la tolerancia ante diferentes tipos de clientes.

Con esta dinámica se pretende que los empleados sean capaces de tolerar y solucionar los diferentes tipos de conflictos que se puedan presentar con los clientes.

**Procedimiento:**

El facilitador selecciona a un participante para que pase al frente de los demás. Éste será el representante de atención al cliente, de tal modo que el presentador hace de cliente. El trabajo de este último es inventar una queja y ser muy persistente. El trabajo del miembro del equipo es tratar de solucionarla. Lo importante es que éste no podrá decir "no", "nunca" o "jamás". El juego se torna divertido, pero también frustrante para ambas partes. Luego, discutan diferentes maneras de dirigirse a los clientes sin ser negativo. Un buen consejo para alguien que tiene este tipo de trabajos es evitar el uso de la palabra "no".

**Tiempo:** aproximadamente 10 minutos.



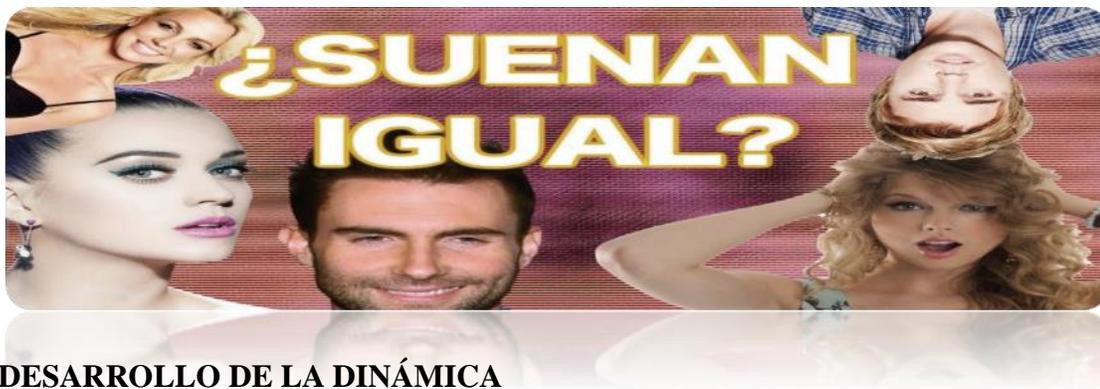
### 5. Módulo V: Comunicación efectiva

Dentro de este módulo se abordarán todos los aspectos relacionados al proceso de comunicación efectiva, los elementos y características que lo conforman, así como los factores, y otros temas de importancia con el fin de que los empleados adquieran nuevos conocimientos y logren desarrollar un mejor servicio de atención al visitante.

	<h2>Parque acuático Amapulapa</h2>
<p><b>Duración:</b> 75 minutos</p>	<p><b>Nombre del módulo:</b> La comunicación efectiva</p>
<p><b>Desarrollo y contenido</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar a los empleados la importancia de la comunicación efectiva en el ámbito laboral.</li> <li>- Proporcionar nuevos conocimientos y fortalecer los canales de comunicación efectiva existente en parque acuático, que permitan mejorar la atención al cliente.</li> <li>-Al finalizar el módulo los empleados puedan comunicarse efectivamente tanto con las personas de alto mando del turicentro como con sus compañeros de trabajo.</li> </ul>
<p><b>Temarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Que es comunicación efectiva y su naturaleza</li> <li>+ Elementos y características de la comunicación efectiva</li> <li>+ ¿Cómo mantener una comunicación efectiva en el trabajo?</li> <li>+ Las actitudes que favorecen la comunicación efectiva</li> <li>+ Refuerzo de la motivación y autoestima en los empleados</li> <li>+ Sugerencia para mejorar la comunicación efectiva</li> </ul>	
<p>Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente</p>	

**NOMBRE DEL MÓDULO: LA COMUNICACIÓN EFECTIVA.**

MATUTINO	TIEMPO	CONTENIDO	OBJETIVO	METODOLOGÍA	RESPONSABLES	RECURSOS
2:35 – 2:40 pm	5 minutos	Presentación e introducción.	Dar a conocer la importancia del módulo.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
2:40 – 2:50 pm	10 minutos	Que es comunicación, elementos y características de la comunicación efectiva	Conocer que es comunicación efectiva, técnicas para llevar a cabo una buena de la comunicación efectiva y cuál es la importancia en todas las facetas del ámbito laboral.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
2:50 – 3:05 pm	15 minutos	¿Cómo mantener una comunicación efectiva en el trabajo?	Identificar las barreras en la comunicación efectiva para minimizar su impacto.	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
3:05 – 3:15 pm	10 minutos	Las actitudes que favorecen la comunicación efectiva	Dar a conocer la que tanto la empatía como la escucha activa son elementos fundamentales en toda comunicación	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
3:15 – 3:25 pm	10 minutos	Dinámica	Que los participantes interactúen y fomentar las relaciones interpersonales entre ellos.	Participativa	Facilitador y participantes	Instalaciones
3:25 – 3:40 pm	15 minutos	Refuerzo de la motivación y autoestima en los empleados	Mejorar el entendimiento y potenciar un ambiente de reconocimiento mutuo.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
3:40 – 3:50 pm	10 minutos	Sugerencia para mejorar la comunicación efectiva. Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas que tengan los participantes y que pueden exteriorizar sus comentarios sobre la capacitación	Expositiva	Facilitador y participativa	Retroproyector Laptop micrófono



## DESARROLLO DE LA DINÁMICA

La comunicación hoy en día, gracias a la tecnología y bajos costos, se facilita, pero al mismo tiempo los mensajes y el lenguaje han estado siendo alterados, a veces cometemos el error de que por hablar y escribir con rapidez no lo hacemos con propiedad. Con una dinámica aprenderemos de manera grupal a superar esta equivocada costumbre.

Esta es una variante de la dinámica de “Los Refranes”, la cual se denomina: ¿Suenan Igual?

**Objetivo:** Presentar, animar y atraer la comunicación efectiva.

Materiales:

- ✚ Cartulina
- ✚ Plumones
- ✚ Lista de Refranes conocidos

### Preparación:

Para comenzar se armarán unas tarjetas y para esto primero tenemos que dividir los refranes en sus dos fragmentos correspondientes, por ejemplo: Quien mucho abarca poco aprieta.

Quien mucho abarca Primer fragmento Poco aprieta Segundo fragmento

Una vez divididos los refranes, se tendrá que plasmar cada uno de los fragmentos en distintas cartulinas con el mismo color de plumón (para cada refrán).

### Desarrollo:

Esta dinámica se usa en combinación con la presentación por parejas. Se reparten las tarjetas entre los asistentes y se les pide que busquen a la persona que tiene la otra parte

del refrán; de esta manera, se van formando las parejas que intercambiarán una previa presentación. Debido a que pertenecen a la misma organización, se puede optar por intercambiar datos de interés tales como el hobby, el talento de cada individuo, etc.

Después de la presentación formarán un círculo con todos los participantes por parejas según el inicio y el final de los refranes, deben tener en cuenta que deben ser leídos al sentido de las manecillas del reloj, es decir de izquierda a derecha, sin perder el orden.

Ya formado el círculo, el facilitador deberá dar la indicación de que después de leer cada fragmento del refrán se le agregará al primer fragmento las palabras "...por arriba" y al segundo fragmento "... por abajo" o también pueden utilizar "...por delante" y "... por atrás"

Por ejemplo:

- ✓ Quien mucho abarca (primer participante), poco aprieta (segundo participante)
- ✓ Primer fragmento sería: quien mucho abarca **por arriba**
- ✓ Segundo fragmento sería: poco aprieta **por abajo** o puede ser:
- ✓ Primer fragmento sería: quien mucho abarca **por delante**
- ✓ Segundo fragmento sería: poco aprieta **por atrás**

En la ejecución de esta dinámica se darán cuenta de que causa mucha gracia en los participantes, sin embargo, su finalidad es la siguiente:

En todo momento los mensajes que se transmiten deben ser tal cual, deben ser dados sin más ni menos, deben ser completos e íntegros, su alteración puede ocasionar malentendidos o el inicio de una catástrofe de información.

Recuerda que la productividad de una institución depende mucho de su talento humano, y de la comunicación recíproca entre sus miembros. Aplicando esta dinámica se orientará al equipo al uso correcto de la comunicación.

**Tiempo:** 10 minutos

## 6. Módulo VI: Motivación y estrés laboral.

En este módulo se impartirán todos los aspectos relativos a temas afines de motivación y técnicas que contribuyan a un control adecuado del estrés laboral.

	<p><b>Parque acuático Amapulapa</b></p>
<p><b>Duración:</b> 65 minutos</p>	<p><b>Nombre del módulo VI:</b> motivación y estrés laboral</p>
<p><b>Desarrollo y contenido</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Facilitar nuevos conocimientos en cuanto a las relaciones humanas que ayuden a mejorar el desempeño de las funciones de cada empleado y así mismo cumplir con meta y objetivos.</li> <li>-Que al culminar el módulo los empleados se sientan motivados para desarrollar sus actividades a nivel personal y laboral.</li> </ul>
<p><b>Temarios:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación y relaciones humanas en el trabajo</li> <li>2. Trabajo en equipo</li> <li>3. Técnicas para el control del estrés laboral</li> <li>4. Motivación laboral</li> </ol>	
<p>Dirigido a todos los empleados del parque acuático Amapulapa, Departamento de San Vicente</p>	

**NOMBRE DEL MÓDULO: MOTIVACIÓN Y ESTRÉS LABORAL**

<b>MATUTINO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>3:50 – 3:55 pm</b>	5 minutos	Presentación e introducción	Dar a conocer la importancia del módulo.	Actividad participativa	Administrador del parque acuático Amapulapa	Micrófono
<b>3:55 – 4:05pm</b>	10 minutos	Comunicación y relaciones humanas en el trabajo	Explicar la comunicación y relaciones humanas en el trabajo	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
<b>4:05 – 4:15pm</b>	10 minutos	Trabajo en equipo	Exponer la importancia del trabajo en equipo	Expositiva	Facilitador	Instalaciones
<b>4:15 – 4:25 pm</b>	10 minutos	Control del estrés laboral y autoestima	Describir técnicas para el control de estrés laboral	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
<b>4:25 – 4:35 pm</b>	10 minutos	Dinámica	Que los empleados sean capaces de identificar y aplicar técnicas para un mejor control del estrés laboral.	Participativa	Facilitador	Instalaciones
<b>4:35 – 4:45 pm</b>	10 minutos	Motivación laboral	Determinar la importancia de la motivación.	Expositiva	Facilitador	Retroproyector Laptop micrófono
<b>4:45 – 4:55 pm</b>	10 minutos	Comentarios, preguntas y respuestas.	Aclarar dudas y comentarios para una mejor percepción del tema.	Expositiva	Facilitador y participantes.	Retroproyector Laptop micrófono

### **Dinámica toma la pelota y suéltala**

**Objetivo:** identificar competencias que motiven a fortalecer el trabajo en equipo a través de las relaciones interpersonales en el área laboral.



Por otra parte, en esta dinámica se aplicará el trabajo en equipo, toma de decisiones, gestión del tiempo, solución de problemas, creatividad, enfrentar retos, liderazgo, comunicación, control de estrés ante situaciones oportunas entre otros.

Para el ejercicio se requieren

- 12 pelotas de tenis o de tamaño similar.
- 1 cronómetro.
- Hojas de papel bond, plumones.
- 1 caja de cartón con separador en medio.

#### **Procedimiento:**

- El facilitador inicia explicando sobre que trata la dinámica y entrega los materiales que se utilizarán.
- los participantes forman un círculo.
- Uno de ellos sostiene la caja con las 12 pelotas colocadas en una de las divisiones. La otra división está vacía de forma inicial.
- Otro de los participantes se ubicará fuera del círculo y tendrá el control del cronómetro, de las hojas y los plumones.
- El resto de los participantes toma una pelota y la entregan a uno de sus compañeros.

- Una ronda consiste en hacer circular las 12 pelotas. El ejercicio consiste en 10 rondas.
- La primera ronda se debe completar en 1 minuto y 45 segundos, la segunda en 10 segundos menos y así sucesivamente.
- El facilitador anotará el tiempo utilizado para cada ronda en las hojas.
- Esto servirá para que el equipo conozca el grado de cumplimiento a las metas.
- Entonces comienza la siguiente ronda.

### **Rol del facilitador**

- En su etapa inicial, el facilitador proporciona las instrucciones para la realización del ejercicio.
- A lo largo del desarrollo, se mantiene como observador del proceso.
- Si los tiempos se van cumpliendo, las rondas siguen avanzando. De lo contrario, él puede recomendar un tiempo fuera para que los participantes dialoguen sobre cómo se sienten, revisen su estrategia, tomen decisiones, generen propuestas, realicen cambios, experimenten.
- Puede realizar comentarios acerca de la energía, fortalezas y oportunidades en el grupo, de acuerdo con lo que observa.

Tiempo: aproximadamente 10 minutos.

## 7. Presupuesto del plan de capacitación en Inteligencia Emocional

Los costos de capacitación según la cotización brindada por el INSAFORP de acuerdo al número de participantes es el siguiente (ver anexo N° 7):

Área	Horas	Número de participantes	Precio total
Administración y desarrollo del recurso humano	8	23	\$920.00

De acuerdo con la información anterior el costo de capacitación por hora para cada uno de los participantes es de \$5.00. Y se detalla de la siguiente manera:

### Costo de capacitación

Grupo	Número de empleados	Precio Por hora	Número de horas de capacitación	Precio por participante	Total, por participante
1	11	\$5.00	8	\$40.00	\$440.00
2	12	\$5.00	8	\$40.00	\$480.00
<b>Total</b>	<b>23</b>			<b>\$920.00</b>	

### Costo de material didáctico

Material didáctico	Precio	Total
Resma de papel bond		\$2.85
12 Plumones	\$0.50	\$6.00
23 Lapiceros	\$0.15	\$3.45
23 Lápices	\$0.15	\$3.45
12 Pliegos de cartulina	\$0.15	\$3.45
12 Pelotas	\$0.10	\$1.20
<b>Total</b>		<b>\$20.40</b>

**Costo del Refrigerio**

<b>Grupo</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Refrigerio</b>	<b>Total</b>
1	11	\$2.50	\$27.50
2	12	\$2.50	\$30.00
<b>Total</b>			<b>\$57.50</b>

**Costo total de implementación del plan de capacitación.**

Costo de capacitación	\$ 920.00
Costo de material didáctico	\$ 20.40
Costo del refrigerio	\$ 57.50
Sub-total	\$ 997.90
Imprevistos (10%)	\$ 99.79
<b>Total</b>	<b>\$1,097.69</b>

Se utilizará un 10%  
para imprevistos.

## 8. Plan general de capacitación.

Nº	Módulo/Contenido	Plan general de capacitación				Responsable
		Colectivo	Duración por módulos por minutos	Duración por módulos en hora	Presupuesto	
1	<b>Inteligencia emocional:</b> -conceptos generales de la inteligencia emocional. -Elementos de la inteligencia emocional. -Pilares de la inteligencia emocional. -Inteligencia emocional en el servicio de atención al cliente.	Todos los empleados (2 grupos)	90	1 hora y 30 minutos	\$ 182.95	Facilitador del INSAFORP
2	Emociones en el trabajo: -Las emociones positivas y negativas orientadas a los objetivos. -Emoción y razón en la toma de decisiones. -Capacidades mentales que controlan la inteligencia. -Autoestima y motivación laboral. -Técnicas de control emocional.	Todos los empleados (2 grupos)	90	1 hora y 30 minutos	\$ 182.95	
3	Atención al Cliente: -Atención al cliente y su importancia. -Beneficios del parque acuático al proporcionar un excelente servicio de atención al cliente. -Aspectos que radica un mejor servicio al cliente. -como promover una actitud positiva en el cliente. -Regla de oro para prestar un mejor servicio en atención al cliente.	Todos los empleados (2 grupos)	90	1 hora y 30 minutos	\$ 182.95	
4	Competencias en el servicio de atención al cliente: -Conceptos generales de competencia. -Comportamiento del empleado enfocado en la orientación del servicio. -Habilidades técnicas -Competencia en el servicio de atención al cliente.	Todos los empleados (2 grupos)	75	1 hora y 15 minutos	\$ 182.95	
5	Comunicación efectiva: -Comunicación efectiva y su naturaleza. -Elementos y características de la comunicación efectiva. -Como mantener una comunicación efectiva en el trabajo. -Las actitudes que favorecen en la comunicación efectiva. -Refuerzo de la motivación y autoestima de los empleados. -Sugerencias para mejorar la comunicación efectiva.	Todos los empleados (2 grupos)	75	1 hora y 15 minutos	\$ 182.95	
6	Motivación y estrés laboral: -Comunicación y relaciones humanas en el trabajo. -Trabajo en equipo. -Técnicas para el control del estrés laboral. -Motivación laboral.	Todos los empleados (2 grupos)	65	1 hora y 5 minutos	\$ 182.95	
<b>TOTALES</b>				8 horas	\$1,097.69	

## **I. EVALUACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN**

Evaluar la capacitación es básico y fundamental para lograr el desarrollo de los empleados del parque acuático Amapulapa, de esta manera es cómo ayudará a que brinden un excelente servicio en atención al cliente. Así mismo servirá como herramienta que contribuya a fortalecer el desempeño de los empleados.

Debe ser un proceso sistemático para determinar la efectividad y eficiencia del proceso completo del plan de capacitación en inteligencia emocional, por tal motivo se debe evaluar los distintos temas que se relacionan en cada módulo con el tema principal.

Aquí radica la motivación del personal, ya que si las capacitaciones son cada vez más dinámicas se lograrán despertar el interés y asimilación de los contenidos y objetivos que se desean obtener y además ayudará a determinar los efectos del plan, así como también en su ejecución.

Para determinar la eficiencia de la capacitación impartida en cada uno de los módulos, se propone realizar una prueba la cual será aplicada a los participantes al término de cada módulo con el fin de determinar el impacto en el personal operativo y administrativo, así como también es importante mejorar las deficiencias que se han detectado para futuros procesos de capacitación. Dejando un espacio para los participantes puedan ofrecer sus sugerencias relacionados con el desarrollo de la capacitación y los conocimientos adquiridos.

## 1. Hoja de evaluación para los participantes por parte del facilitador

### PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA



#### HOJA DE EVALUACIÓN A PARTICIPANTES

CAPACITACIÓN: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

LUGAR: \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL PARTICIPANTE: \_\_\_\_\_

Por favor evalúe según su apreciación en: excelente, muy bueno, bueno, regular y deficiente, marque con una X.

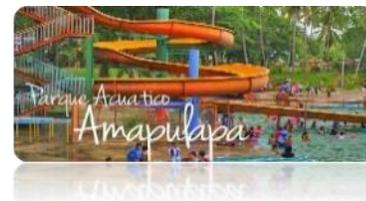
ESCALA DE CALIFICACIÓN					
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
<b>PONDERACIÓN</b>	10	8	6	4	2

PARTICIPANTE	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Responsabilidad					
Es participativo durante el desarrollo del módulo.					
Atención durante la capacitación.					
<b>cooperación en las actividades en grupo</b>					
Posee buenas relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo.					
Interés por el tema					
Identificación con el turicentro					
Flexibilidad de cambio					

Comentario: \_\_\_\_\_

## 2. Hoja de evaluación para el facilitador por parte de los participantes.

### PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA



#### HOJA DE EVALUACIÓN DEL FACILITADOR

**CAPACITACIÓN:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**LUGAR:** \_\_\_\_\_

**NOMBRE DEL FACILITADOR:** \_\_\_\_\_

Por favor evalúe según su apreciación en: excelente, muy bueno, bueno, regular y deficiente, marque con una X.

ESCALA DE CALIFICACIÓN					
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
<b>PONDERACIÓN</b>	10	8	6	4	2

FACILITADOR	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Formato agenda del programa.					
Se dieron a conocer y se cumplieron los objetivos de la capacitación.					
Habilidad del facilitador para comunicarse.					
Dominio y seguridad al impartir el tema.					
¿El uso de los recursos: (retroproyector, laptop, micrófono, etc.) ¿Facilitó el aprendizaje?					
Se logró despertar el interés sobre la temática.					
Manejo y conducción adecuado del grupo.					
Existió espacio de preguntas.					
Lugar y ambiente de la capacitación.					
El desarrollo de las dinámicas (trabajos en grupo, lluvia de ideas, etc.) facilitó el aprendizaje					
Duración de la capacitación					

Su comentario en cuanto al desempeño general del facilitador:

---



---



---

FACILITADOR	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
¿Los contenidos se desarrollaron con facilidad?					
¿La presentación visual facilito el aprendizaje?					
¿Los contenidos desarrollados contribuirán el desempeño de su trabajo?					

¿Considera que la temática desarrollada ha sido suficiente para satisfacer sus necesidades e inquietudes?

Sí \_\_\_ No \_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---



---

¿Qué recomienda para mejorar la calidad de futuros eventos de esta temática?

---



---

En una escala del 1 al 10, ¿Qué calificación le daría al desarrollo de la capacitación en general?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

***Gracias por su colaboración***

### 3. Hoja de control de asistencia a las capacitaciones

Fecha: \_\_\_\_\_



N°	NOMBRE COMPLETO	CARGO	FIRMA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			

#### 4. Diploma de participación

**LA ADMINISTRACIÓN DEL PARQUE  
ACUÁTICO AMAPULAPA**



**OTORGA EL SIGUIENTE DIPLOMA A:**

\_\_\_\_\_

*“INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTRIBUYA A OPTIMIZAR LAS  
COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE”*

IMPARTIDO POR EL INSAFORP A LOS DÍAS \_\_\_\_ DEL MES DE \_\_\_\_ DEL 201\_\_

\_\_\_\_\_

F. ADMINISTRADOR DEL PARQUE ACUÁTICO

\_\_\_\_\_

F. FACILITADOR

## **J. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA EN INTELIGENCIA EMOCIONAL QUE CONTIBUYA A OPTIMIZAR LAS COMPETENCIAS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE OFRECEN LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.**

Este plan de implementación contiene los objetivos, recursos humanos, materiales y financieros que serán necesarios para llevar a cabo la realización del plan de capacitación, también se presenta el cronograma de actividades donde se refleja en que tiempo serán llevadas a cabo cada una de ellas.

### **1. Objetivos**

- **General**

Realizar una asignación correcta de los recursos para poner a funcionar los planes propuestos que tienen como finalidad optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.

- **Específicos**

Determinar los recursos humanos, materiales, técnicos y financieros necesarios para la puesta en marcha del plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente.

Realizar el presupuesto en unidades monetarias para respaldar la implementación de la propuesta del trabajo de investigación.

Elaborar una programación de las actividades que se realizarán durante la ejecución.

### **2. Materiales y recursos necesarios**

Los materiales y recursos son indispensables para llevar a cabo el plan de capacitación es por ello que se considera necesario contar con los siguientes:

### **2.1. Auxiliar de recursos humanos**

Es el que estará directamente implícito antes, durante y después del plan de capacitación, los cuales son:

**Facilitador:** es el encargado de transmitir todos los conocimientos nuevos.

**Participantes:** los cuales estarán organizados en:

- Grupo 1: conformado por 11
- Grupo 2: conformado por 12 empleados.

**Administrador del parque acuático:** brindará el apoyo necesario para coordinar junto al facilitador las actividades.

### **2.2. Recursos materiales**

Los recursos materiales serán proporcionados por el ISTU en coordinación con el jefe de unidad del turicentro y el administrador del parque acuático, los cuales son: folletos, libros, lapiceros, lápiz, folders, borradores, correctores, cuadernillos, plumones, pizarra, carteles, proyector multimedia y pantalla retroproyector entre otros.

### **2.3. Recursos financieros**

Las capacitaciones que se organicen dentro del marco del presente plan de capacitación serán financiadas por el ISTU en coordinación con el jefe de unidad del turicentro y el administrador del parque acuático.

### **2.4. Seguimiento del plan de capacitación**

Al finalizar el plan de capacitación, el área administrativa deberá realizar el seguimiento de la aplicación de los conocimientos adquiridos en las acciones formativas, de tal manera que se asegure el cumplimiento de los objetivos y resultados esperados. De tal manera que para llevar a cabo el seguimiento del plan se deberá tomar en cuenta los resultados obtenidos previo a la evaluación de: participante – facilitador con la finalidad que se desarrollen satisfactoriamente, para detectar deficiencias, y así mejorar la ejecución de futuras capacitaciones.

Debe elaborarse un informe de cada módulo y de los resultados de la evaluación, y es el facilitador el responsable de presentarlos al jefe de unidad del turicentro y el administrador del parque acuático.

### 3. Gastos para implementar el plan de capacitación

DESCRIPCIÓN			CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
SESIONES	GRUPO	NÚMERO DE EMPLEADOS			
Primera	1	11	8 horas	\$5.00	\$440.00
Segunda	2	12	8 horas	\$5.00	\$480.00
<b>Total sesiones</b>					<b>\$920.00</b>
Resma de papel bond			1	\$2.85	\$2.85
Plumones			12	\$0.50	\$6.00
Lapiceros			23	\$0.15	\$3.45
Lápices			23	\$0.15	\$3.45
Pliegos de cartulina			12	\$0.15	\$3.45
Pelotas			12	\$0.10	\$1.20
<b>Total material didáctico</b>					<b>\$20.40</b>
Refrigerio			23 empleados	\$2.50	\$57.50
<b>Sub total</b>					<b>\$997.90</b>
<b>Imprevisto (10%)</b>					<b>\$99.79</b>
<b>Total</b>					<b>\$1,097.69</b>

**4. Cronograma de actividades del plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias del servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa.**

Nº	ACTIVIDADES	AÑO 2018												RESPONSABLE
		ABRIL				MAYO				JUNIO				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Entrega del plan de capacitación en inteligencia emocional al jefe de unidad del turicentro y el administrador del parque acuático	■												Grupo investigador
2	Presentación e introducción de la propuesta del plan de capacitación en inteligencia emocional al administrador del parque acuático Amapulapa.		■											Grupo investigador
3	Aprobación de la propuesta del plan de capacitación por parte del administrador del parque.			■	■									ISTU
4	Coordinación con el jefe de la unidad de turicentros y parques con el administrador del parque acuático Amapulapa para la contratación de los facilitadores a impartir la capacitación					■	■							ISTU
5	Información al personal sobre la ejecución del plan de capacitación							■	■	■				Administrador del parque acuático Amapulapa
6	Capacitación a los empleados del parque acuático Amapulapa.										■			ISTU
7	Seguimiento y evaluación del plan de capacitación.											■		ISTU y Parque acuático Amapulapa
8	Resultados finales del plan de capacitación.												■	Parque acuático Amapulapa

Instituto Salvadoreño de Turismo: ISTU

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS**

- Bernal Cesar Augusto, metodología de la investigación, segunda edición, editorial Pearson Educación, publicado en el año 2006
- Guglielmetti Pedro (1998), la gestión de la capacitación en las organizaciones pautas metodológicas. Páginas 9-18
- Hernández Sampieri Roberto y otros, metodología de la investigación, cuarta edición, editorial MC Graw- Hill interamericana, publicado en el año 2006.
- Leader summaries, resumen del libro de inteligencia emocional por Daniel Goleman, editorial Kairos publicado el 1 de noviembre de 1996, biblioteca de libros empresariales resumidos.
- Lerma González Héctor Daniel, metodología de la investigación, propuesta ante proyecto y proyecto, quinta edición, editorial ECOE, publicado en el año 2009.
- Madrigal Torres, Berta Emilia, segunda edición (2009). Inteligencia emocional, habilidad imprescindible para dirigir. Páginas 36-41.

### **TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN**

- Aquino F., Katia Lisseth, y otros. Plan estratégico que contribuya al funcionamiento, desarrollo y autosostenibilidad de la Asociación Comunal El Manantial (ACM) ubicada en el cantón Platanillos, municipio de Quezaltepeque, departamento de la Libertad. Página. 18. Universidad de El Salvador 2015
- Ayala V. Karen y otros. Plan de negocios para contribuir al logro de la autosostenibilidad del parque acuático municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad. Universidad de El Salvador 2016.
- Barahona Aguilar, Maira Yanira y otros, Estudio de mercado para impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal de la ciudad de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz. Página 38-39. Universidad de El Salvador 2013.

-Castillo Andrade, Diana Verónica y otros, plan de capacitación para el personal gerencial y operativo de los call center del municipio de San Salvador. Caso ilustrativo. UES. Páginas. 10, 30,3. Universidad de El Salvador 2012.

-Joaquin Ramos, Melvin Alexander y otros, Diseño de herramientas mercadológicas para potenciar la demanda de servicios turísticos en el parque acuático “paraíso de la montaña” ubicado en el municipio de concepción Quezaltepeque, departamento de Chalatenango. Página 20-21. Universidad de El Salvador 2012.

-Pineda Silvia, Rosa Guadalupe. Estudio de inteligencia emocional en el desempeño de los puestos de trabajo y propuesta de perfiles de competencias emocionales en la asociación Movimiento de mujeres Mélida Anaya Montes, Páginas 30-31. . Universidad de El Salvador 2004.

## **LEYES**

### **-CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR**

Decreto constituyente. No. 38, 15 de diciembre de 1983, publicado en el diario oficial No. 234, tomo No. 281, 16 de diciembre de 1983.

**-LEY DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)** Decreto legislativo No 469, 13 de diciembre de 1961, publicado en el diario oficial No. 235, tomo No. 193, 21 de diciembre de 1961.

### **-LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO**

Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo decreto legislativo No.779 fecha: 25 de julio de 1996, publicado en el diario oficial N° 156, tomo 332, 23 de agosto de 1996.

**-LEY DE MEDIO AMBIENTE.**

Decreto legislativo No. 233, 2 de marzo de 1998, publicado en el diario oficial N0.79, tomo 339, 4 de mayo de 1998.

**-LEY DE TURISMO**

Decreto legislativo No. 899, 15 de diciembre de 2005, publicado en el diario oficial No. 237, Tomo No. 369 del 20 de diciembre de 2005.

**SITIOS WEB**

-Ashley Ingrid (2016) Clientelandia, Competencias emocionales y atención al cliente. Recuperado de: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

-Allan Rhode (2016), Ecoturismo genuino, definiciones de ecoturismo. Recuperado de: <http://www.ecoturismogenuino.com/inicio/2015/02/04/definiciones-ecoturismo/>

-Alvarado M. Claudia E., Reyes Q. Cindy (2013), Evolución y Desarrollo de Turismo en El Salvador. Trabajo Final de Historia, 1-2 Recuperado de: [http://www.uca.edu.sv/sociologia/media/archivo/359dd1\\_evolucionydesarrollodelturismoenelsalvador.pdf](http://www.uca.edu.sv/sociologia/media/archivo/359dd1_evolucionydesarrollodelturismoenelsalvador.pdf)

-Beiih Karolina (2010), Turismo, recuperado de: <http://beiih-turismo.blogspot.com/2010/05/definicion-de-turismo.html>

-Díaz Brizuela Andrea (2014), marco de referencia de la escuela secundaria orientada ciclo orientado en turismo, 1-1, Recuperado de [http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/marco\\_turismo.pdf](http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/marco_turismo.pdf)

-Entorno turístico, tipos de turismo (2017). Recuperado de: <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

- La matriz del análisis FODA, recuperado de: <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

-Página web del ISTU: <http://www.istu.gob.sv/temas/parques-acuaticos/parque-acuatico-amapulapa/servicios.html>

-Pilares de la inteligencia emocional, actitud positiva con inteligencia emocional. Recuperado de: [http://infopvirtual.com/cursos/actitud\\_positiva\\_con\\_inteligencia\\_emocional/Unidad%20IV.pdf](http://infopvirtual.com/cursos/actitud_positiva_con_inteligencia_emocional/Unidad%20IV.pdf)

-Pimentel María, (2012) Ocio y Deportes Parques acuáticos, Tomo 1 Revista Consumoteca, Consumidores bien informados.

-Preza Daniel, administración de empresas turísticas (2014). Recuperado de: <http://administracion.realmexico.info/2013/11/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html>

-Rodríguez Génesis (2011) tercer volumen Universidad Católica del Norte, Tipos de turismo. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/genesisrv/tipos-de-turismo-8366222>

-Sabino Freile (2012), Teoría del turismo, recuperado de: <http://materialturismo.blogspot.com/2012/11/que-es-el-turismo.html>

-Tenesaca Diego (2013) Tomo 1 Planeta Azul Definiciones de Parque acuático Recuperado de: <http://parquesdeagua.blogspot.com/p/blog-page.html>.

-Tipos de turismo (2017. **Recuperado de:** <http://10tipos.com/tipos-de-turismo/>

## **REVISTAS**

-Chavarría Luis Fernando Chavarría (2014), Revista Marketing, Competencias del personal del servicio de atención al cliente.

-López Catarina, (2016), Revista Mercadológica servicio de atención al cliente, tercera edición, página 18-20.

-López Marco (2017), Revista Entorno Turístico Hablemos de Turismo, 5 elementos básicos del turismo, 1-1

-Pimentel María (2012) Ocio y Deportes Parques acuáticos, Tomo 1 Revista Consumoteca, Consumidores bien informados.

### **OTROS**

-Apuntes de Mercadotecnia II Guía de educación, (2015), Consumidores clientes y usuarios. Página 1-6

-Folletos, apuntes de la asignatura de personal III, Gestión por Competencias., (2016).  
Leader summaries, resumen del libro de inteligencia emocional por Daniel Goleman, editorial Kairos publicado el 1 de noviembre de 1996, biblioteca de libros empresariales resumidos.

-Recopilación de leyes de turismo El Salvador, Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo (2008), páginas 149-150.

**ANEXOS**

# **ANEXOS**

# **ANEXO 1**

**Cuestionario dirigido a los  
clientes**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**Encuesta dirigida a los clientes del parque acuático**  
**Amapulapa.**



Estimado/a Señor/a/ita. Reciba un cordial saludo de parte de las estudiantes egresadas de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Por este medio le solicitamos su valiosa colaboración, debido a que estamos realizando una investigación sobre el servicio atención al cliente que ofrecen los empleados del parque acuático Amapulapa; La información proporcionada es para fines estrictamente académicos, por lo que se le dará un tratamiento confidencial.

Mucho agradeceremos su valiosa colaboración para poder responder las diferentes interrogantes que se presentan a continuación.

**INDICACIONES:** A continuación se le presentan una serie de preguntas, por favor responda marcando con una X la opción que usted considere conveniente.

**I. DATOS GENERALES**

**A. Género**

Masculino

Femenino

**B. Edad**

18-23 años

24-28 años

29-33 años

Más de 33 años

**C. Estados Familiar**

Soltero(a)

Acompañado(a)

Casado(a)

Viudo(a)

**D. Nivel de escolaridad.**

a. Educación básica

b. Universitario

c. Bachiller

d. Postgrado

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

e. Ninguno de los señalados

E. Vive usted a los alrededores de esta zona

Sí  No

## II. CONTENIDO

1. ¿Practica usted con su familia algún tipo de actividades recreativas?

**Objetivo:** indagar si practican algún tipo de actividades recreativas con su familia.

Sí  No  A veces

2. Si su respuesta fue SI, ¿con que frecuencia lo hace?

**Objetivo:** identificar con qué frecuencia los clientes visitan este parque acuático.

De 1 a 3 veces al mes

De 3 a 5 veces al mes

Más de 5 veces al mes

3. ¿Cuántas veces ha visitado este parque acuático?

**Objetivo:** investigar cuantas veces el cliente ha visitado el parque acuático Amapulapa.

De 1 a 3 veces

De 3 a 5 veces

Más de 5 veces

4. Cuando se dispuso visitar este parque, ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar?

**Objetivo:** conocer si realiza viajes dentro o fuera del país.

Vehículo  Autobús  Otros

5. ¿Qué aspectos le interesan al momento de visitar un centro turístico?

**Objetivo:** determinar qué aspectos le interesa al cliente al visitar el parque acuático.

Precio \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_  
 Acceso al lugar \_\_\_\_\_  
 Aseo \_\_\_\_\_  
 Promociones \_\_\_\_\_  
 Ubicación \_\_\_\_\_  
 Atención \_\_\_\_\_

6. Evalúe los servicios turísticos que ofrece el parque acuático de acuerdo a los siguientes aspectos:

**Objetivo:** identificar como califican los clientes los servicios que se ofrecen en el parque acuático Amapulapa.

Servicios	Evaluación				
	Excelente (10-9)	Muy bueno (8-7)	Bueno (6-5)	Regular (4-3)	Malo (2-1)
Atención al cliente					
Piscinas					
Higiene					
Cabañas					
Comedor					
Servicios sanitarios					
Parqueo					
Vías de acceso					
Cancha de futbol					
Zonas verdes					

7. ¿Cómo considera usted el precio que pagó para hacer uso de las instalaciones del parque?

**Objetivo:** Conocer la percepción del costo de la entrada al parque acuático por parte de los trabajadores.

Caro  Regular  Barato

8. ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos de acuerdo al centro turístico que haya visitado antes?

**Objetivo:** determinar qué aspectos evalúa el cliente al haber visitado otro centro turístico.

Aspectos	Evaluación				
	Excelente (10-9)	Muy bueno (8-7)	Bueno (6-5)	Regular (4-3)	Malo (2-1)
Fachada del lugar					
Las piscinas					
Actitud del personal de atención					
Apertura del personal					
Vestimenta de los empleados					
Calidad de los alimentos					
Cancha de futbol					
Zonas verdes					

9. ¿Cuál es el motivo que le impulso a visitar el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** identificar el principal motivo por el cual los clientes actuales visitan el parque acuático Amapulapa para poder saber que más servicios se pudieran ofrecer a fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

Relajarse  Recreación  Otros \_\_\_\_\_

10. ¿En qué época del año prefiere visitar el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** identificar cuál es la fecha ideal en la cual acuden mayor cantidad de visitantes al parque acuático Amapulapa.

Semana santa  Días festivos nacionales  Vacaciones de fin de año

Otros \_\_\_\_\_

11. ¿Conoce usted las promociones que proporciona el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** medir el conocimiento que tienen los clientes de las promociones que el parque acuático Amapulapa realiza.

Sí  No

12. ¿El servicio que recibió en este parque acuático fue rápido y eficiente?

**Objetivo:** Conocer si el servicio que brindan los empleados del parque acuático Amapulapa es rápido y eficiente para los clientes.

Sí  No

13. ¿Cómo ha sido atendido(a)?

**Objetivo:** determinar cómo ha sido atendido el cliente por parte de los empleados del parque acuático Amapulapa.

Muy atendido(a) \_\_\_\_\_  
Poco atendido(a) \_\_\_\_\_  
Cortesía y amabilidad \_\_\_\_\_  
Necesitan mejorar \_\_\_\_\_

14. ¿Qué aspectos considera usted que se deberían mejorar en el parque acuático Amapulapa respecto al servicio y atención al cliente?

---

---

15. ¿Visitaría nuevamente este parque acuático?

**Objetivo:** conocer si el cliente visitaría nuevamente el parque acuático Amapulapa.

Si  No  Posiblemente

16. ¿Considera usted que este parque acuático tiene las personas necesarias para operar?

**Objetivo:** identificar las necesidades de personal al interior del parque acuático.

Sí  No

17. ¿Considera que un plan de capacitación en inteligencia emocional ayudaría a los empleados del parque acuático Amapulapa a mejorar su imagen y aumentar la afluencia?

**Objetivo:** determinar la percepción de los empleados respecto a la necesidad de desarrollar un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias de servicio de atención al cliente.

Sí  No  talvez

**Muchas gracias**

**Encuestó:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

# ANEXO 2

## **Tabulación de Cuestionario dirigido a los clientes**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**Encuesta dirigida a los clientes del parque acuático**  
**Amapulapa.**



### III.DATOS GENERALES

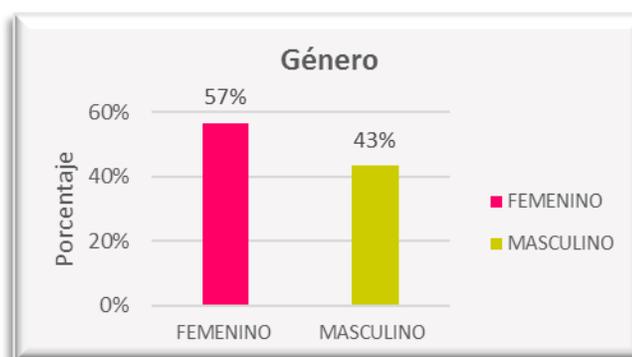
#### F. Género

**Objetivo:** Determinar cuál es el género que prevalece de entre los clientes del parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N°5**

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	85	57%
Masculino	65	43%
Total	150	100%

**Gráfico N° 1**



**Interpretación:** los clientes que visitan el parque acuático se distribuyen según su género en una cantidad equitativa, por lo tanto para vacacionar no interfiere que sea mujeres u hombres.

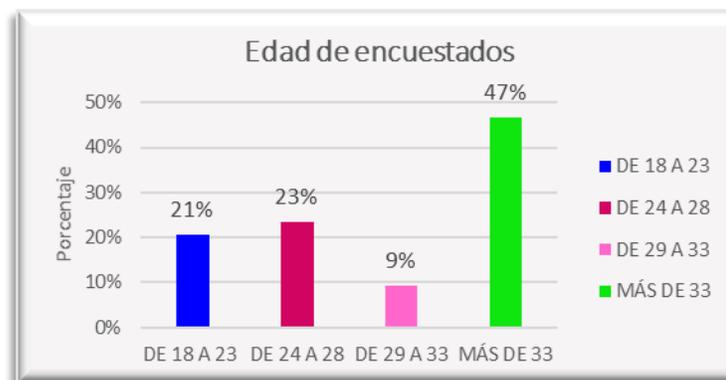
## G. Edad

**Objetivo:** Conocer cuál es la edad que predomina en las personas encuestadas con la finalidad de hacer una correcta orientación a los empleados del parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 6**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 23	31	21%
De 24 a 28	35	23%
De 29 a 33	14	9%
Más de 33	70	47%
Total	150	100%

**Gráfico N° 2**



**Interpretación:** el resultado predominante es el de personas entre las edades de más de 33 años; no dejando de lado que también tiene una parte importante las demás edades, lo cual sirve para enfocar promociones y atracciones.

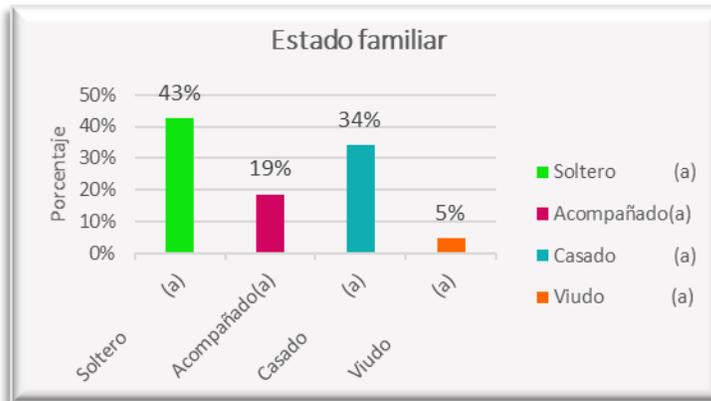
## H. Estado familiar

**Objetivo:** Identificar el estado familiar de los encuestados.

**Cuadro N° 7**

Estado familiar	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	64	43%
Acompañado(a)	28	19%
Casado (a)	51	34%
Viudo (a)	7	5%
Total	150	100%

**Gráfico N° 3**



**Interpretación:** el estado civil de la mayoría de las personas está asociado a ser soltero y solo una pequeña parte del total de la población en estudio tiende a estar casado(a) y acompañado(a); es determinante conocer esto, debido a que permite analizar la posibilidad de que el encuestado visite el parque acuático Amapulapa acompañado de su familia o de amigos, en ese sentido se deben establecer estrategias que vayan dirigidas a incentivar al grupo familiar, amigos y demás gente con la que éste se relaciona.

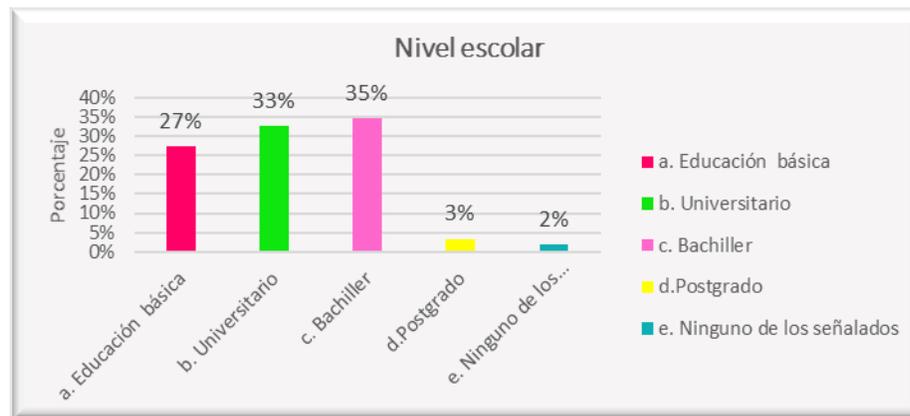
## I. Nivel de escolaridad

**Objetivo:** Identificar el nivel de escolaridad de los encuestados.

**Cuadro N° 8**

Nivel de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
a. Educación básica	41	27%
b. Universitario	49	33%
c. Bachiller	52	35%
d. Postgrado	5	3%
e. Ninguno de los señalados	3	2%
Total	150	100%

**Gráfico N° 4**



**Interpretación:** sobre los niveles de escolaridad están entre educación básica, bachiller y estudios universitarios, este factor es muy importante ya que la educación es un determinante muy importante para el crecimiento económico del parque acuático Amapulapa, lo que muestra que la mayoría de personas que visitan el parque lo realizan por medio excursiones que convocan los centros de estudios.

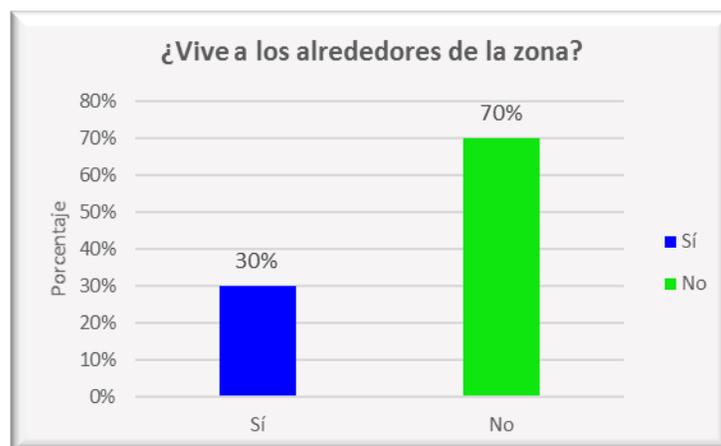
## J. Vive en los alrededores de la zona

**Objetivo:** Conocer si el encuestado(a) es residente de la zona.

**Cuadro N° 9**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	45	30%
No	105	70%
Total	150	100%

**Gráfico N° 5**



**Interpretación:** la mayoría de los visitantes no viven en los alrededores de la zona, por lo cual la mayor parte de la población encuestada son de otros municipios y departamentos, lo que indica que existe accesibilidad para atraer clientes al parque acuático Amapulapa.

#### IV. Datos de Contenido

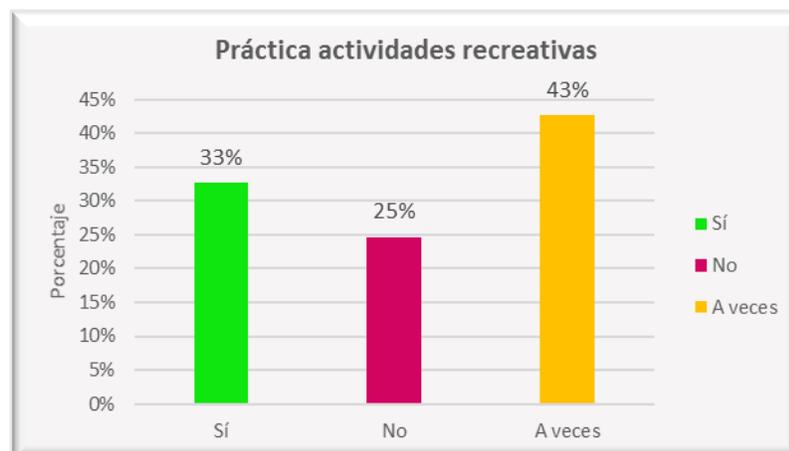
**Pregunta 1:** ¿Práctica usted con su familia algún tipo de actividades recreativas?

**Objetivo:** Indagar si practican algún tipo de actividades recreativas con su familia.

**Cuadro N° 10**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	49	33%
No	37	25%
A veces	64	43%
Total	150	100%

**Gráfico N° 6**



**Interpretación:** la población a veces realiza actividades recreativas en su tiempo de ocio o de entretenimiento, sin embargo, existen casos aislados que practican actividades recreativas por iniciativa propia.

Además, se obtuvieron datos de una pequeña parte de la población la cual manifestó que no practica actividades de recreación con su familia, debido a diversos factores.

**Pregunta 2:** Si su respuesta fue sí ¿con que frecuencia lo hace?

**Objetivo:** Identificar con qué frecuencia los clientes visitan el parque acuático.

**Cuadro N° 11**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 veces al mes	28	57%
De 3 a 5 veces al mes	7	14%
Más de 5 veces al mes	14	29%
Total	49	100%

**Gráfico N° 7**



**Interpretación:** se constató que la frecuencia con la cual realizan actividades de recreación junto a su familia en su mayoría es practicada de 1 a 3 veces en el mes, de tal manera se entiende que no se tienen lugares que sean aprovechados para la recreación familiar y como consecuencia a este hecho la mayor parte de los encuestados se ven obligados a realizar viajes fuera del municipio donde residen.

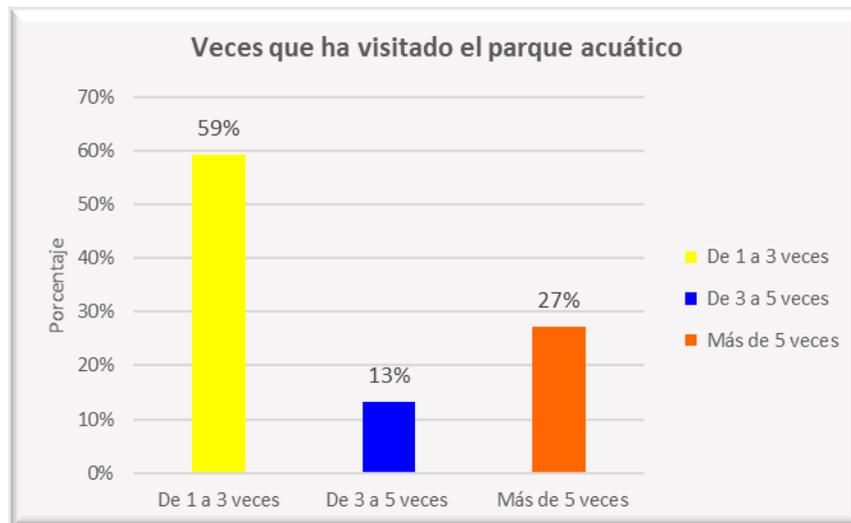
**Pregunta 3:** ¿Cuántas veces ha visitado este parque acuático?

**Objetivo:** Investigar cuantas veces el cliente ha visitado el parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 12**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 veces	89	59%
De 3 a 5 veces	20	13%
Más de 5 veces	41	27%
Total	150	100%

**Gráfico N° 8**



**Interpretación:** la mayoría de los clientes visitan el parque acuático Amapulapa de 1 a 3 veces al año, lo que indica que la demanda es baja, aunque casi una cuarta parte de la población visita el lugar más de 5 veces en el año lo cual muestra que el lugar es atractivo, sin embargo existe una carencia de publicidad al turicentro.

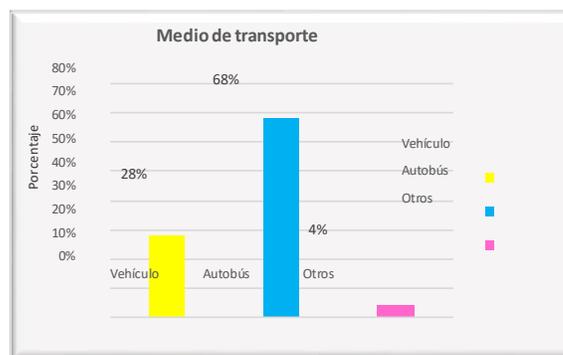
**Pregunta 4:** Cuándo se dispuso visitar este parque, ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar?

**Objetivo:** Conocer el medio de transporte que utilizan los clientes para visitar el parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 13**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo	42	28%
Autobús	102	68%
Otros	6	4%
Total	150	100%

**Gráfico N° 9**



**Interpretación:** la mayoría de los visitantes utilizan vehículo propio y autobús, siendo este último el medio de transporte proporcionado por las autoridades del parque acuático a través de intermediarios, demostrando que el medio de transporte ofrecido a los turistas funciona de manera deficiente, de igual manera existe una menor parte de personas que manifestó llegar por otros medios, es decir: caminando y haciendo uso del transporte colectivo

**Pregunta 5:** ¿Qué aspectos le interesan al momento de visitar un centro turístico?

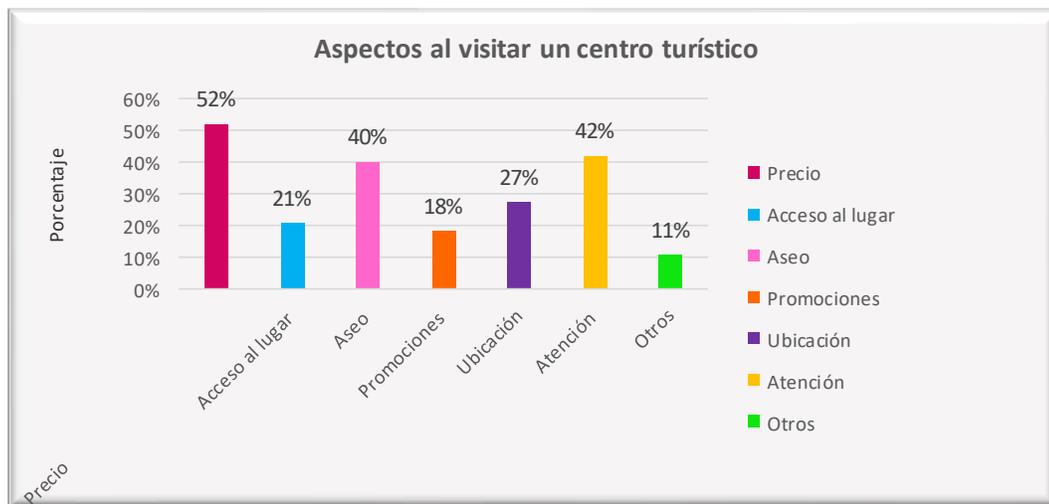
**Objetivo:** Determinar qué aspectos le interesa al cliente al visitar el parque acuático.

**Cuadro N° 14**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	78	52%
Acceso al lugar	31	21%
Aseo	60	40%
Promociones	27	18%
Ubicación	41	27%
Atención	63	42%
Otros	16	11%

**n=150**

**Gráfico N° 10**



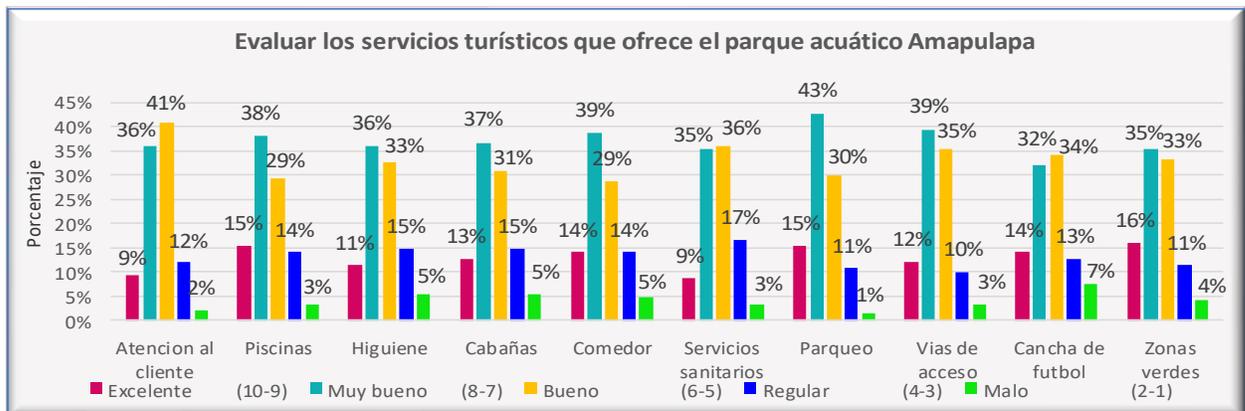
**Interpretación:** la mayoría de los clientes prefieren visitar un parque acuático considerando el precio que esté pueda tener, además toman en cuenta siempre la atención que se les brinda por parte de los empleados del parque acuático Amapulapa. Por otro lado, pocos toman en cuenta el acceso al lugar, las promociones y otros que pueda ofrecerles un centro recreativo al momento de su elección, prácticamente se enfocan en la presentación del servicio y condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.

**Pregunta 6:** Evalúe los servicios turísticos que ofrece el parque acuático de acuerdo a los siguientes aspectos:

**Objetivo:** Identificar como califican los clientes los servicios que se ofrecen en el parque acuático Amapulapa. Cuadro N°15

Alternativa	Evaluación									
	Excelente (10-9)		Muy bueno (8-7)		Bueno (6-5)		Regular (4-3)		Malo (2-1)	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Atención al cliente	14	9%	54	36%	61	41%	18	12%	3	2%
Piscinas	23	15%	57	38%	44	29%	21	14%	5	3%
Higiene	17	11%	54	36%	49	33%	22	15%	8	5%
Cabañas	19	13%	55	37%	46	31%	22	15%	8	5%
Comedor	21	14%	58	39%	43	29%	21	14%	7	5%
Servicios sanitarios	13	9%	53	35%	54	36%	25	17%	5	3%
Parqueo	23	15%	64	43%	45	30%	16	11%	2	1%
Vías de acceso	18	12%	59	39%	53	35%	15	10%	5	3%
Cancha de fútbol	21	14%	48	32%	51	34%	19	13%	11	7%
Zonas verdes	24	16%	53	35%	50	33%	17	11%	6	4%

n=150



**Gráfico N°11**

**Interpretación:** las fortalezas y debilidades más notorias del parque acuático son la atención al cliente, parqueo, comedor, la higiene y vías de acceso. Además, la cancha de fútbol, zonas verdes, el parqueo, servicios sanitarios, higiene y piscinas hacia el lugar obtuvieron una evaluación baja. En general los clientes del turicentro evalúan como muy bueno la mayoría de servicios ofrecidos, lo que al final pone en evidencia el potencial del lugar para atraer y retener a los turistas.

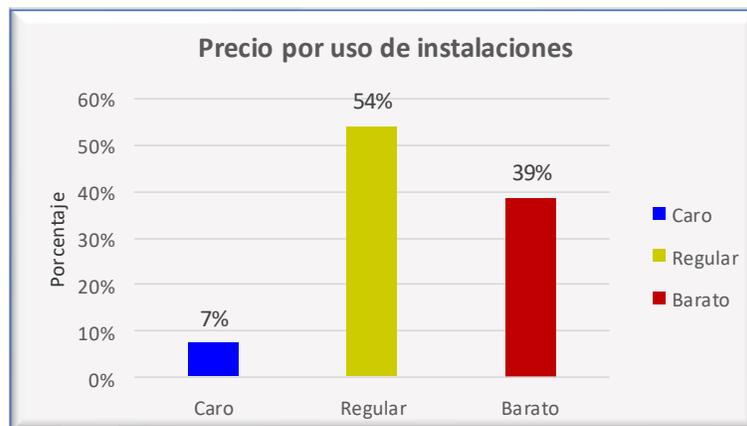
**Pregunta 7:** ¿Cómo considera usted el precio que pagó para hacer uso de las instalaciones del parque?

**Objetivo:** Conocer la percepción del costo de la entrada al parque acuático por parte de los trabajadores.

**Cuadro N° 16**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Caro	11	7%
Regular	81	54%
Barato	58	39%
Total	150	100%

**Gráfico N° 12**



**Interpretación:** queda demostrado que la mayor parte de los clientes considera regular y barato el costo de la entrada al parque acuático por lo cual no debería de exceder el precio, debido a que se vería afectada su demanda.

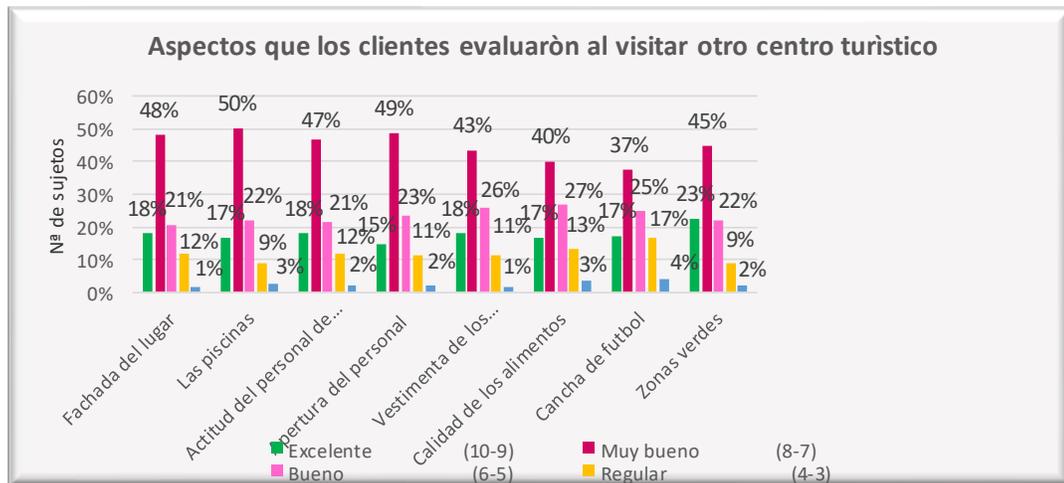
**Pregunta 8:** ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos de acuerdo al centro turístico que haya visitado antes?

**Objetivo:** Determinar qué aspectos evalúa el cliente al haber visitado otro centro turístico.

Alternativa	Evaluación									
	Excelente (10-9)		Muy bueno (8-7)		Bueno (6-5)		Regular (4-3)		Malo (2-1)	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Fachada del lugar	27	18%	72	48%	31	21%	18	12%	2	1%
Las piscinas	25	17%	75	50%	33	22%	13	9%	4	3%
Actitud del personal de atención	27	18%	70	47%	32	21%	18	12%	3	2%
Apertura del personal	22	15%	73	49%	35	23%	17	11%	3	2%
Vestimenta de los empleados	27	18%	65	43%	39	26%	17	11%	2	1%
Calidad de los alimentos	25	17%	60	40%	40	27%	20	13%	5	3%
Cancha de fútbol	26	17%	56	37%	37	25%	25	17%	6	4%
Zonas verdes	34	23%	67	45%	33	22%	13	9%	3	2%

**Cuadro N° 17** n=150

**Gráfico N° 13**



**Interpretación:** el aspecto mejor evaluado son las piscinas seguido la apertura del personal, la fachada del lugar evidenciando que estas son parte de las fortalezas que los clientes identifican, pero existen servicios deficientes tales como la actitud del personal de atención hacia al visitante, la calidad de los alimentos, cancha de futbol y zonas verdes.

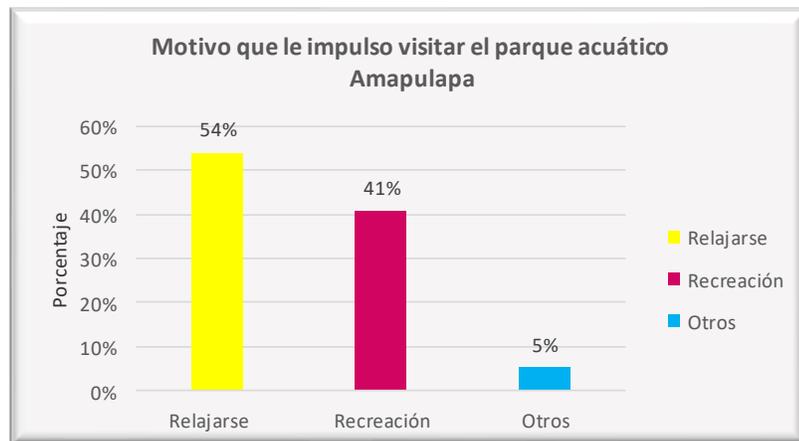
**Pregunta 9:** ¿Cuál es el motivo que le impulso a visitar el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** Identificar el principal motivo por el cual los clientes actuales visitan el parque acuático Amapulapa para poder saber que más servicios se pudieran ofrecer a fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

**Cuadro N° 18**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Relajarse	81	54%
Recreación	61	41%
Otros	8	5%
Total	150	100%

**Gráfico N° 14**



**Interpretación:** el motivo principal por el cual las personas visitan el parque acuático Amapulapa es para relajarse con sus familias y amigos, seguido recrearse con sus hijos; demostrando que la menor parte de encuestados prefiere hacerlo simplemente por algún otro motivo.

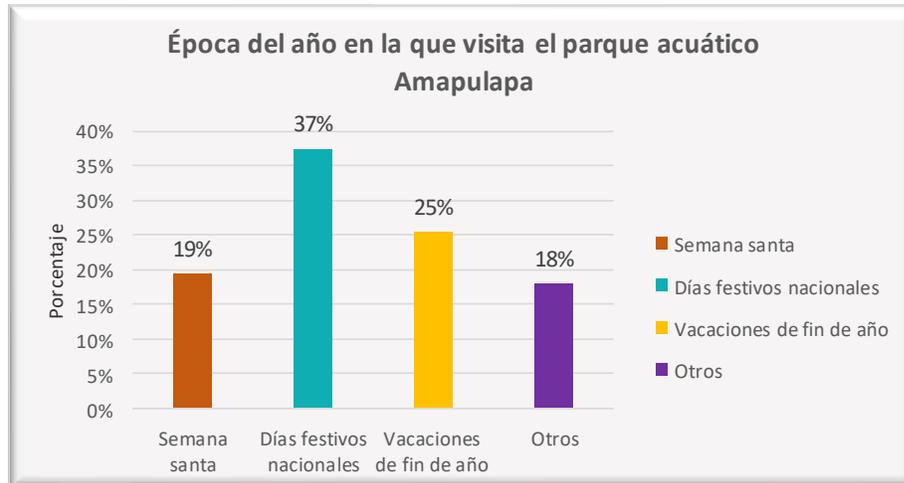
**Pregunta 10: En qué época del año prefiere visitar el parque acuático Amapulapa?**

**Objetivo:** Identificar cuál es la fecha ideal en la cual acuden mayor cantidad de visitantes al parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 19**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semana santa	29	19%
Días festivos nacionales	56	37%
Vacaciones de fin de año	38	25%
Otros	27	18%
Total	150	100%

**Gráfico N° 15**



**Interpretación:** es evidente que la mayoría de las personas prefieren visitar el parque acuático Amapulapa en días festivos nacionales o en vacaciones de fin de año, por tal razón en estas fechas se ve incrementada la demanda del centro turístico y es ahí donde se deben aplicar estrategias en cuanto a la atención al cliente para mantener la afluencia de visitantes.

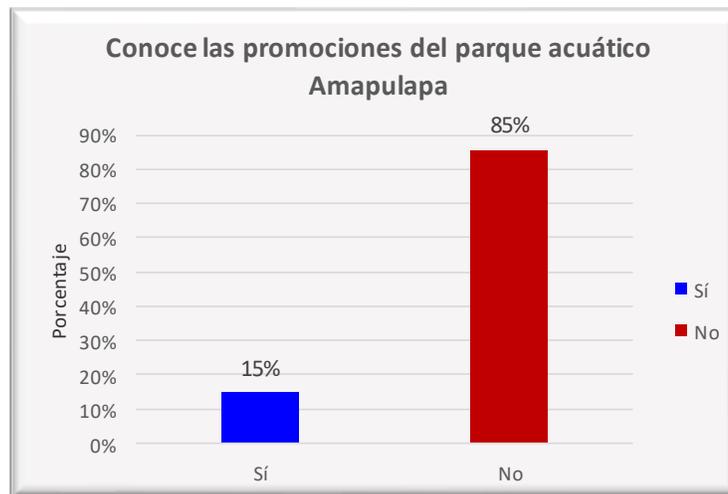
**Pregunta 11:** Conoce usted las promociones que proporciona el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** Investigar el conocimiento que tienen los clientes de las promociones que el parque acuático Amapulapa realiza.

**Cuadro N° 20**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	22	15%
No	128	85%
Total	150	100%

**Gráfico N° 16**



**Interpretación:** la mayoría de los clientes no conoce las promociones, es evidente que la administración del parque acuático Amapulapa no dan a conocer las promociones, ya que los visitantes no suelen identificarlas con facilidad.

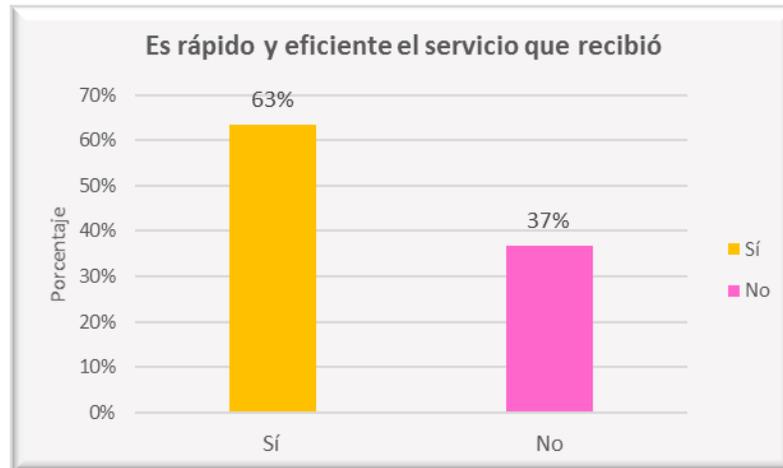
**Pregunta 12:** ¿El servicio que recibió en este parque fue rápido y eficiente?

**Objetivo:** Conocer si el servicio que brindan los empleados del parque acuático Amapulapa es rápido y eficiente para los clientes.

**Cuadro N° 21**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	95	63%
No	55	37%
<b>Total</b>	150	100%

**Gráfico N° 17**



**Interpretación:** el servicio que brindan los empleados del parque acuático Amapulapa es rápido y eficiente, sin embargo una cierta parte de la población manifiesta lo contrario, por ende, es necesario motivar a los empleados de tal manera puedan brindar una buena atención al cliente.

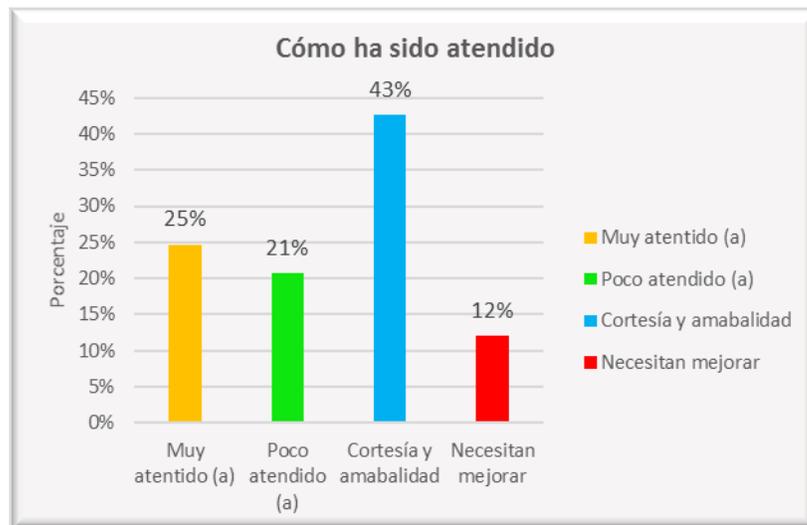
**Pregunta 13:** ¿Cómo ha sido atendido(a)?

**Objetivo:** Determinar cómo ha sido atendido el cliente por parte de los empleados del parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 22**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy atendido (a)	37	25%
Poco atendido (a)	31	21%
Cortesía y amabilidad	64	43%
Necesitan mejorar	18	12%
Total	150	100%

**Gráfico N° 18**



**Interpretación:** una gran parte de los encuestados opinaron que les fue atendido con cortesía y amabilidad, y una mínima parte de la población expresa que necesitan mejorar para que se sientan cómodos y entusiastas en volver a visitar el parque, en ese sentido se deben establecer estrategias que vayan dirigidas a los empleados del parque acuático Amapulapa.

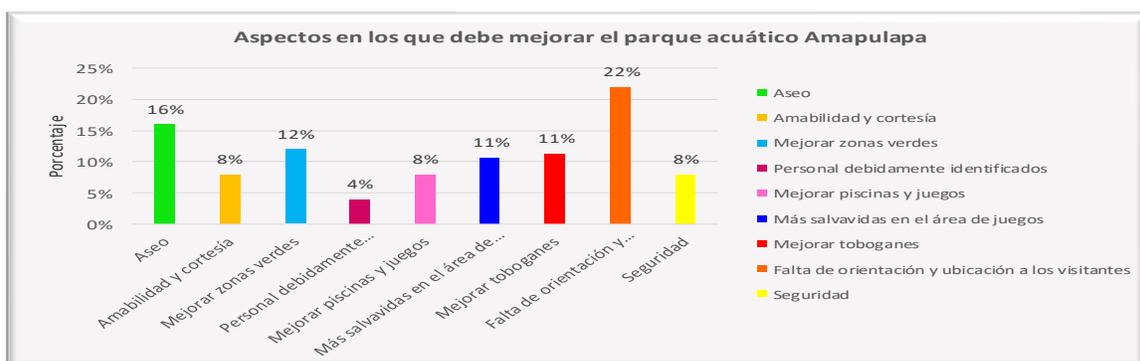
**Pregunta 14:** ¿Qué aspectos considera usted que se debería mejorar en el parque acuático Amapulapa respecto al servicio y atención al cliente?

**Objetivo:** Determinar los aspectos que se deben mejorar respecto al servicio y atención al cliente según los visitantes.

**Cuadro N° 23**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aseo	24	16%
Amabilidad y cortesía	12	8%
Mejorar zonas verdes	18	12%
Personal debidamente identificados	6	4%
Mejorar piscinas y juegos	12	8%
Más salvavidas en el área de juegos	16	11%
Mejorar toboganes	17	11%
Falta de orientación y ubicación a los visitantes	33	22%
Seguridad	12	8%
Total	150	100%

**Gráfico N° 19**



**Interpretación:** Los datos que se presentan a continuación se ordenaron de acuerdo a la opinión expresada por los clientes. La mayor parte de visitantes prefieren a que haya una mejor orientación y ubicación al cliente y aseo. Además, existe una cantidad de personas que les gustaría que renovarían zonas verdes, existiendo una minoría que se enfoca más por seguridad, personal debidamente identificados, amabilidad y cortesía.

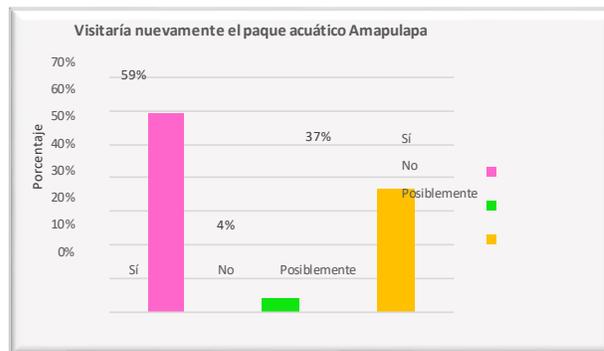
**Pregunta 15:** ¿Visitaría nuevamente este parque acuático?

**Objetivo:** Conocer si el cliente visitaría nuevamente el parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 24**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	89	59%
No	6	4%
Posiblemente	55	37%
Total	150	100%

**Gráfico N° 20**



**Interpretación:** la mayoría de los visitantes manifestaron que visitarían nuevamente el centro turístico. En este sentido, se aprecia que los clientes han tenido una buena imagen y estadía sobre el parque acuático. Es por ello que los esfuerzos deberán estar encaminados para atraer nuevos clientes.

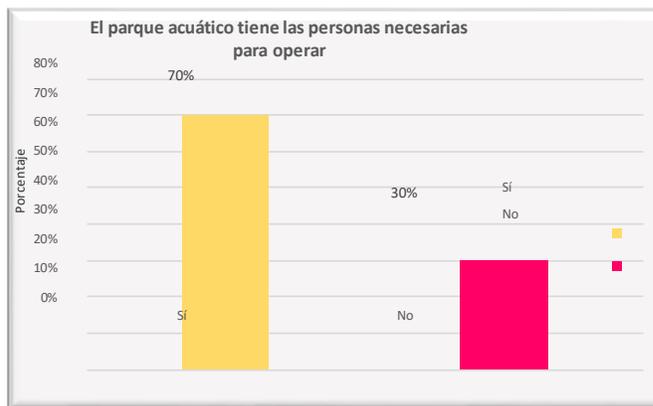
**Pregunta 16:** ¿Considera usted que este parque acuático tiene las personas necesarias para operar?

**Objetivo:** Determinar si el parque acuático cuenta con personas necesarias para operar.

**Cuadro N° 25**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	105	70%
No	45	30%
Total	150	100%

**Gráfico N° 21**



**Interpretación:** más de la mitad de los clientes del parque acuático Amapulapa consideran que tienen personal necesario para operar, además se refleja que una cuarta parte no están de acuerdo, por lo que se incentivará a los empleados para atraer más clientes.

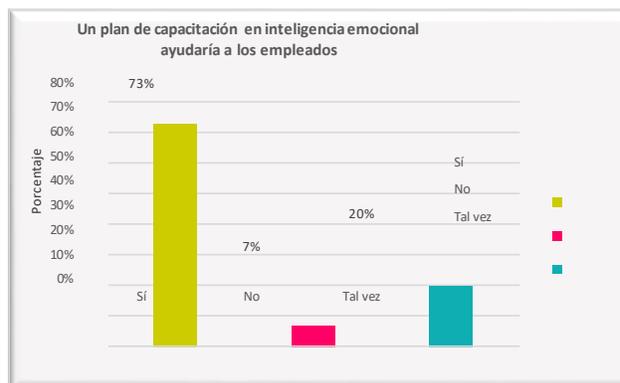
**Pregunta 17:** ¿Considera que un plan de capacitación en inteligencia emocional ayudaría a los empleados del parque acuático Amapulapa a mejorar su imagen y aumentar la afluencia?

**Objetivo:** Determinar la percepción de los empleados respecto a la necesidad de desarrollar un plan de capacitación en inteligencia emocional que contribuya a optimizar las competencias de servicio de atención al cliente.

**Cuadro N° 26**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	110	73%
No	10	7%
Tal vez	30	20%
Total	150	100%

**Gráfico N° 22**



**Interpretación:** la mayor parte de la población encuestada está de acuerdo a que se le imparta un plan de capacitación en inteligencia emocional a los empleados del parque acuático Amapulapa, con el propósito se genere una mejor comunicación y trato a los clientes.

# **ANEXO 3**

**Cuestionario dirigido a los  
empleados del parque acuático  
Amapulapa**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**Encuesta dirigida a los empleados del parque acuático**  
**Amapulapa.**



Estimado/a Señor/a/ita. Reciba un cordial saludo de parte de las estudiantes egresadas de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Por este medio le solicitamos su valiosa colaboración, debido a que estamos realizando una investigación en el parque acuático Amapulapa.

Mucho agradeceremos su valiosa colaboración para poder responder las diferentes interrogantes que se presentan en el cuestionario, siendo su opinión valedera e importante para la realización de dicha investigación. La investigación con fines académicos y totalmente confidenciales.

**Objetivo:** Identificar el nivel de inteligencia emocional respecto a las competencias del servicio de atención al cliente.

**INDICACIONES:** A continuación, se le presentan una serie de preguntas, por favor responda marcando con una X la opción que usted considere conveniente.

**DATOS GENERALES**

**A. Género**

Masculino

Femenino

**A. Edad**

20-29 años

30-39 años

40-59 años

59 ó más

**B. Tiempo de laborar en la empresa**

1-5 años

6 -10 años

11-15 años

de 16 ó más

**C. Grado de escolaridad**

- f. Educación básica
- g. Bachiller
- h. Otro

**I. CONTENIDO**

1. ¿Sabe usted que es inteligencia emocional?

**Objetivo:** Investigar si los empleados del parque acuático Amapulapa conocen el concepto de inteligencia emocional.

Sí  No

2. ¿Reconoce con facilidad sus propias emociones?

**Objetivo:** Conocer si los empleados son capaces de identificar sus propias emociones.

Siempre  Casi siempre  A veces  Nunca

3. ¿Nota usted cuando sus emociones afectan su rendimiento?

**Objetivo:** Identificar si los empleados son capaces de percibir las emociones que afectan su desempeño laboral.

Siempre  A veces  Rara vez  Nunca

4. ¿Puede usted relajarse cuándo está sometido a presión?

**Objetivo:** Determinar si los empleados son capaces de controlar sus emociones en el área laboral.

A menudo  A veces  Rara vez  Nunca

5. ¿Es capaz de identificar con rapidez el factor que origina sus emociones (¿enojo, tristeza, felicidad, amor, sorpresa, desagrado y miedo)?

**Objetivo:** Identificar si los empleados son capaces de identificar los factores que originan sus emociones.

Muy rápido  No muy rápido  Lentamente  Muy lentamente

6. ¿Posee iniciativa propia para empezar las actividades que le corresponden de acuerdo a su puesto?

**Objetivo:** Identificar si existe automotivación en los empleados al momento de realizar sus actividades laborales.

Sí  No

7. En una escala del 1 al 5 marque con una “X”, siendo el 5 el mayor y el 1 de menor valor. ¿En qué medida está dispuesto a cambiar su forma de realizar las labores si los métodos que emplea no dan resultado?

**Objetivo:** Identificar si los empleados son capaces de solucionar problemas ante actividades laborales.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. ¿Es capaz de ser amable e iniciar una conversación con una persona que recién acaba de conocer?

**Objetivo:** Conocer el nivel de inteligencia interpersonal que poseen los empleados.

Frecuentemente  Regularmente  A veces  Nunca

9. En una escala del 1 al 5 marque con una “X”, siendo el 5 el mayor y el 1 de menor valor. ¿Mantiene usted la calma cuándo ante la ira o agresión de los demás?

**Objetivo:** Conocer el control de emociones ante clientes que sean agresivos.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. ¿Posee la habilidad de mantener relaciones amistosas?

**Objetivo:** Indagar cuáles son las razones por las cuales los empleados son capaces o no de mantener relaciones interpersonales.

Sí  No  ¿Por qué?

---

---

11. ¿Es consciente del efecto que tiene su comportamiento sobre los demás?

**Objetivo:** identificar la empatía que tienen los empleados

Sí  A veces  Regularmente  No

12. ¿Se recupera con facilidad de los malos momentos?

**Objetivo:** Averiguar el grado de optimismo que tienen los empleados ante situaciones inesperadas.

Sí  No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

---

13. ¿Recibió capacitación al momento de ingresar a laborar al parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** Indagar si reciben capacitación inductiva.

Sí  No

14. ¿Lo capacitan frecuentemente?

**Objetivo:** identificar si los empleados reciben capacitaciones frecuentemente.

Sí  No

15. ¿Qué tan frecuentemente lo capacitan en el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** indagar con qué frecuencia capacitan a los empleados del parque acuático Amapulapa.

Semanal   
Mensual   
Tres veces al año   
Dos veces al año   
Otro \_\_\_\_\_

16. ¿Considera que es necesario que se brinde capacitación en el trabajo?

**Objetivo:** Conocer el interés que tienen los empleados sobre la capacitación.

Sí  No

17. ¿En qué áreas ha recibido capacitación?

**Objetivo:** Conocer el área en la cual los empleados han recibido la capacitación

Liderazgo   
Inteligencia emocional   
Servicio de atención al cliente   
Trabajo en equipo   
Comunicación   
Otro \_\_\_\_\_

18. ¿Considera importante que se evalúe la atención que brinda al cliente?

**Objetivo:** Determinar el grado de importancia sobre la evaluación del servicio de atención al cliente que perciben los empleados.

Sí

No

19. ¿Considera importante que se evalúe su espíritu de compañerismo y colaboración?

**Objetivo:** Identificar la importancia del compañerismo y colaboración para los empleados.

Sí

No

**Muchas gracias**

**Encuestó:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

# ANEXO 4

**Tabulación del cuestionario  
dirigido a los empleados del  
parque acuático Amapulapa**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**Encuesta dirigida a los empleados del parque acuático**  
**Amapulapa.**



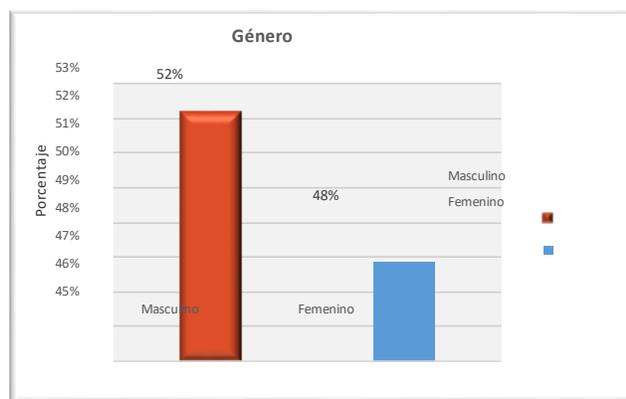
Análisis y tabulación de cuestionario dirigido a los empleados del parque acuático Amapulapa

A. Género

**Cuadro N° 27**

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	14	61%
Femenino	9	39%
Total	23	100%

**Gráfico N° 23**



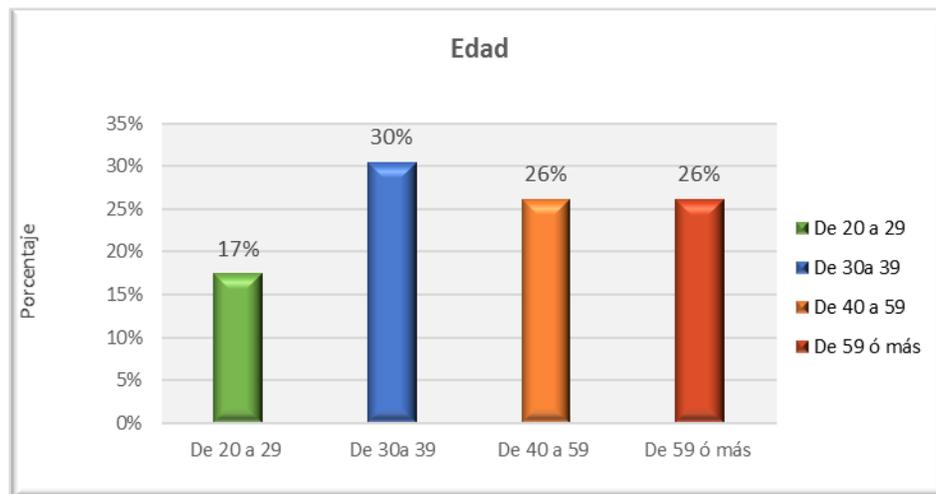
**Interpretación:** la mayor parte de empleados del parque acuático Amapulapa pertenecen al género masculino, debido a que las actividades en su mayoría requieren de esfuerzo físico, por lo tanto, el número de mujeres refleja un menor porcentaje.

## B. Edad

Cuadro N° 28

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 29	4	17%
De 30a 39	7	30%
De 40 a 59	6	26%
De 59 ó más	6	26%
Total	23	100%

Gráfico N° 24



**Interpretación:** La edad de los empleados es diversa, en tal sentido predomina el rango de edades de los 30 a 39 y 40 a 59 años esto se debe a que generalmente poseen más responsabilidades tanto en su hogar como en el trabajo.

### C. Tiempo de laborar en el parque acuático de Amapulapa

Cuadro N° 29

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 años	7	30%
De 6 a 10 años	2	9%
De 11 a 15 años	5	22%
De 16 ó mas	9	39%
Total	23	100%

Gráfico N° 25



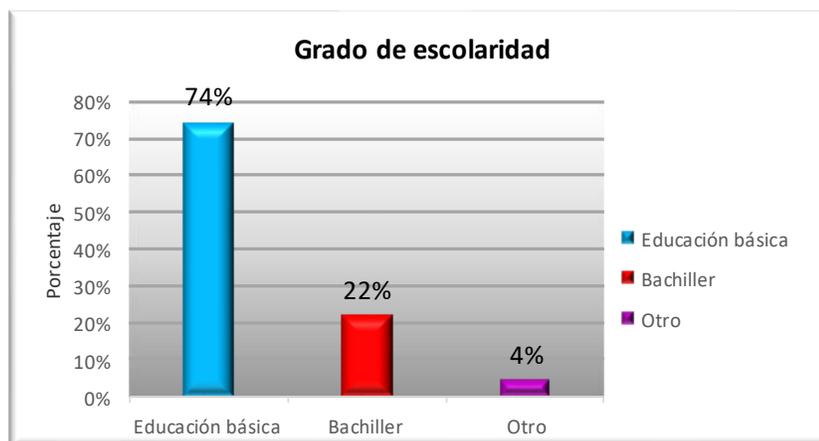
**Interpretación:** la mayor parte de los empleados se encuentra laborando de 16 años o más lo cual muestra una estabilidad en sus labores se debe a la experiencia que cada uno de ellos aporta en su área de trabajo.

### C. Grado de escolaridad

Cuadro N° 30

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Educación básica	17	74%
Bachiller	5	22%
Otro	1	4%
Total	23	100%

Gráfico N° 26



**Interpretación:** El grado de escolaridad de los empleados en su mayoría es de educación básica mientras que una minoría cuenta con bachillerato lo cual es aceptable para el trabajo que realizan a diario en el parque acuático Amapulapa.

Datos de contenido

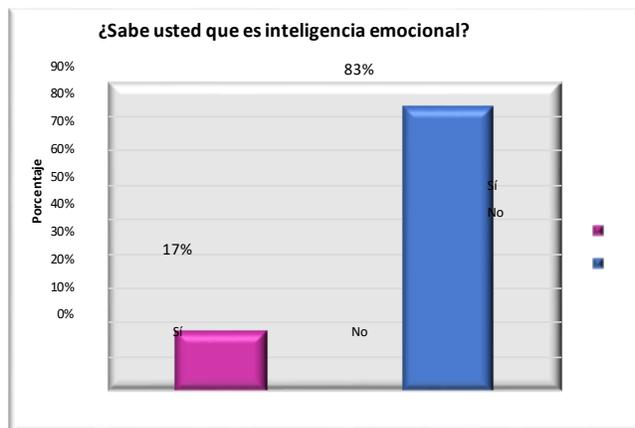
**Pregunta 1:** ¿Sabe usted que es inteligencia emocional?

**Objetivo:** Investigar si los empleados del parque acuático Amapulapa conocen el concepto de inteligencia emocional.

**Cuadro N° 31**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	17%
No	19	83%
Total	23	100%

**Gráfico N° 27**



**Interpretación:** la mayor parte de los empleados desconoce el significado de inteligencia emocional siendo una minoría que conoce acerca del tema, esto puede deberse a una variedad de factores tales como poco interés en nuevos temas, no han recibido capacitación sobre la temática, una deficiente lectura entre otros.

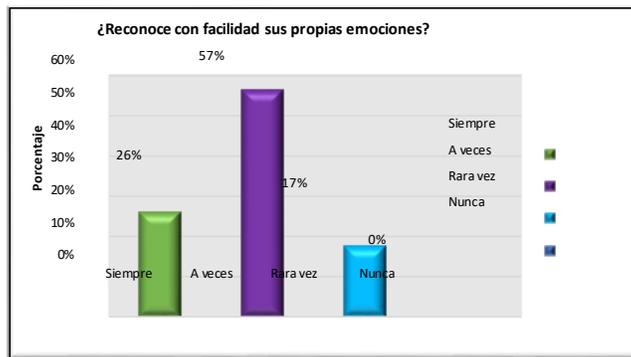
**Pregunta 2:** ¿Reconoce con facilidad sus propias emociones?

**Objetivo:** Conocer si los empleados son capaces de identificar sus propias emociones

**Cuadro N° 32**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	26%
A veces	13	57%
Rara vez	4	17%
Nunca	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 28**



**Interpretación:** los empleados manifiestan que a veces y siempre son capaces de identificar sus emociones, por lo que se puede inferir que hay una estabilidad emocional muy buena de tal modo que si aun no sabiendo acerca de inteligencia emocional una charla sobre el tema efectivamente mejoraría los resultados en cuanto a sus emociones.

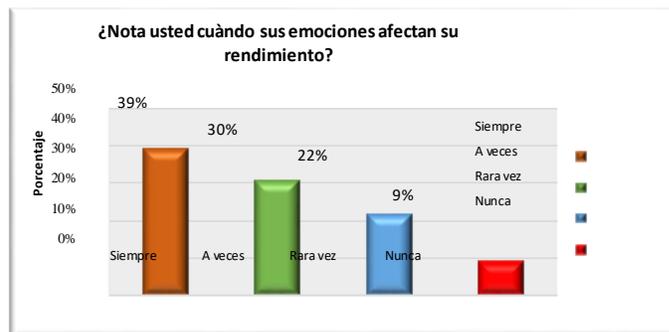
**Pregunta 3:** ¿Nota usted cuando sus emociones afectan su rendimiento?

**Objetivo:** identificar si los empleados son capaces de percibir las emociones que afectan su desempeño laboral.

**Cuadro N° 33**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	39%
A veces	7	30%
Rara vez	5	22%
Nunca	2	9%
Total	23	100%

**Gráfico N° 29**



**Interpretación:** la mayoría de los empleados del parque acuático Amapulapa siempre y a veces son capaces de notar cuando sus emociones afectan su rendimiento en el trabajo, por lo tanto puede haber un manejo de emociones adecuado, una autoestima estable que sin duda ayuda a optimizar sus labores. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje que se encuentra entre rara vez y nunca por lo que tiene relevancia dado que puede existir una inestabilidad emocional.

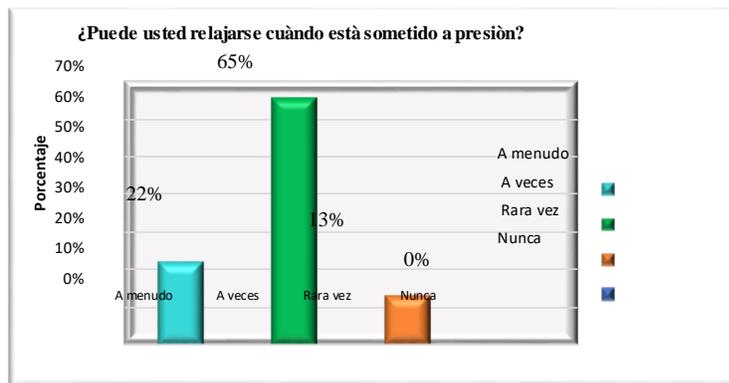
**Pregunta 4:** ¿Puede usted relajarse cuándo está sometido a presión?

**Objetivo:** Determinar si los empleados son capaces de controlar sus emociones en el área laboral.

**Cuadro N° 34**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
A menudo	5	22%
a veces	15	65%
rara vez	3	13%
Nunca	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 30**



**Interpretación:** la mayor parte de los empleados son capaces de controlar sus emociones a veces y a menudo, evidenciando así que no siempre son capaces de controlar la presión laboral, cabe señalar que el manejo adecuado de las emociones es un elemento tan valorado como útil en la vida personal y profesional, dado que emociones estables son capaces de reducir ideas negativas. Además, hay una minoría que rara vez son capaces de relajarse cuando existe presión.

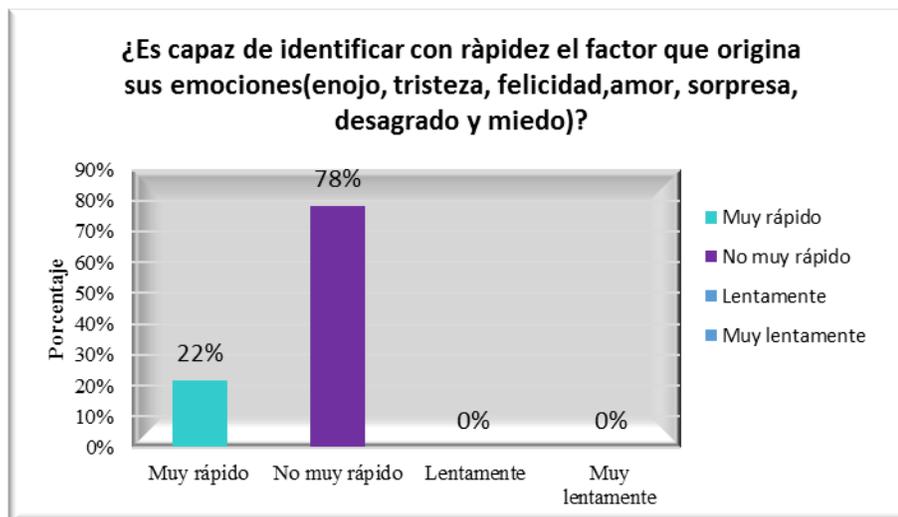
**Pregunta 5:** Es capaz de identificar con rapidez el factor que origina sus emociones (¿enojo, tristeza, felicidad, amor, sorpresa, desagrado y miedo)?

**Objetivo:** Identificar si los empleados son capaces de identificar los factores que originan sus emociones

**Cuadro N° 35**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy rápido	5	22%
No muy rápido	18	78%
Lentamente	0	0%
Muy lentamente	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 31**



**Interpretación:** los empleados son capaces de identificar el factor que origina sus emociones de una forma no muy rápida y muy rápida lo cual resulta favorable ya que significa que poseen un buen autoconocimiento de sí mismos, pero aun así existe un deficiente autoconocimiento, pero es posible mejorarlo con charlas que amplíen el conocimiento de emociones, el control y manejo efectivo de las mismas.

**Pregunta 6:** ¿Posee iniciativa propia para empezar las actividades que le corresponden de acuerdo con su puesto?

**Objetivo:** Identificar si existe iniciativa propia en los empleados al momento de realizar sus actividades laborales.

**Cuadro N° 36**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	13	57%
No	10	43%
Total	23	100%

**Gráfico N° 32**



**Interpretación:** una mayoría de los empleados afirmó que posee iniciativa propia para realizar sus labores lo cual resulta favorable, sin embargo cabe señalar que también existe personal que carece de la misma por lo tanto esto genera una desventaja en el desempeño de sus labores.

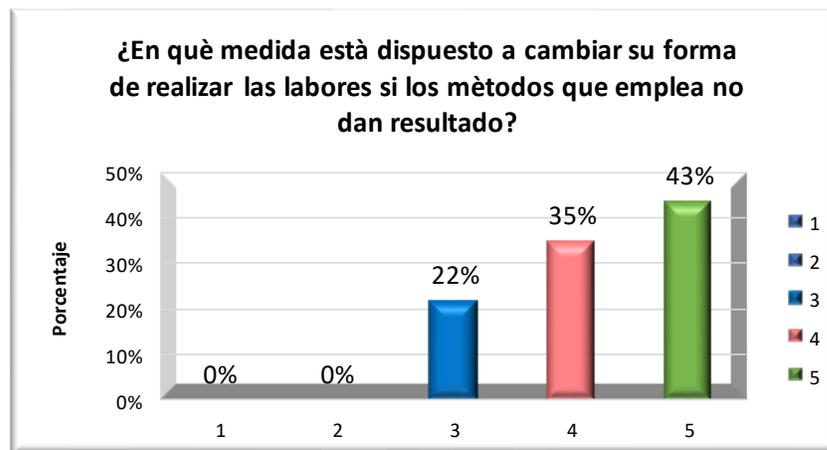
**Pregunta 7:** En una escala del 1 al 5 marque con una “X”, siendo el 5 el mayor y el 1 de menor valor. ¿En qué medida está dispuesto a cambiar su forma de realizar las labores si los métodos que emplea no dan resultado?

**Objetivo:** Identificar si los empleados cambian sus métodos de trabajo cuando estos no dan resultado.

**Cuadro N° 37**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	5	22%
4	8	35%
5	10	43%
Total	23	100%

**Gráfico N° 33**



**Interpretación:** una gran parte de los empleados afirmó en una escala de 4 y 5 cambiar los métodos para mejorar sus actividades laborales lo cual resulta ser positivo para el cumplimiento de metas. Sin embargo, existe una minoría que no está dispuesto a cambiar los métodos para optimizar las actividades diarias por lo tanto es desfavorable ya que esto se debe a una carencia de capacidad de reconocer sus debilidades y fortalezas.

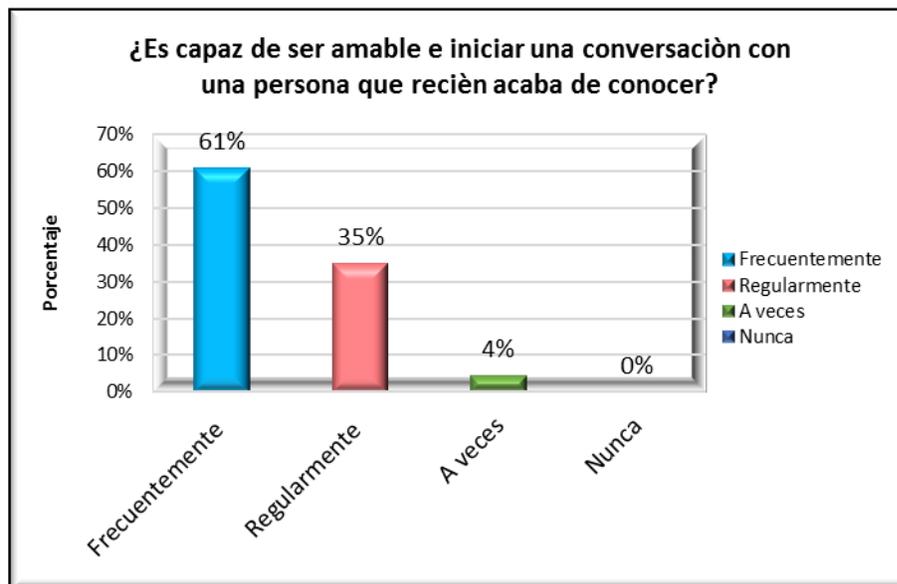
**Pregunta 8:** ¿Es capaz de ser amable e iniciar una conversación con una persona que recién acaba de conocer?

**Objetivo:** Conocer el nivel de inteligencia interpersonal que poseen los empleados.

**Cuadro N° 38**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	14	61%
Regularmente	8	35%
A veces	1	4%
Nunca	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 34**



**Interpretación:** los empleados frecuentemente son capaces de iniciar una conversación con una persona que recién acaban de conocer de tal modo que existen relaciones interpersonales favorables, por lo tanto se puede inferir que existe empatía, lo cual resulta bueno, dado que es una competencia clave en el servicio de atención al cliente.

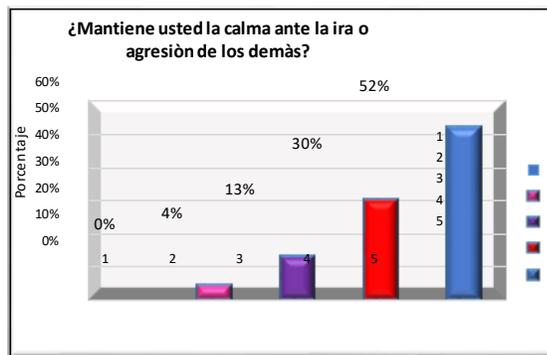
**Pregunta 9:** En una escala del 1 al 5 marque con una “X”, siendo el 5 el mayor y el 1 de menor valor. ¿Mantiene usted la calma ante la ira o agresión de los demás?

**Objetivo:** Conocer el control de emociones ante clientes que sean agresivos.

**Cuadro N° 39**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	1	4%
3	3	13%
4	7	30%
5	12	52%
Total	23	100%

**Gráfico N° 35**



**Interpretación:** los empleados en una escala del 5 son capaces de mantener la calma ante la ira o agresión de los demás lo cual significa que en su mayoría tiene la capacidad para controlar algunas de las emociones personales y evitar las reacciones negativas antes provocaciones de los demás de tal manera que son capaces para adaptarse a situaciones impredecibles y ajustarse a situaciones cambiantes.

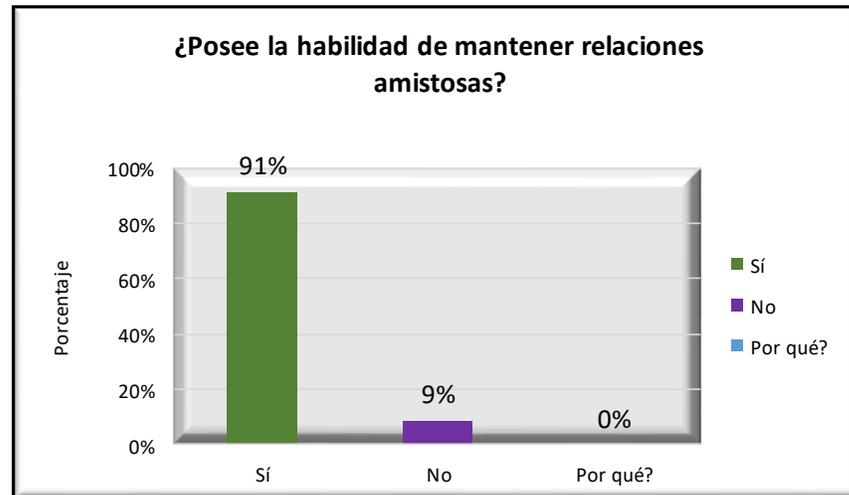
**Pregunta 10:** ¿Posee la habilidad de mantener relaciones amistosas?

**Objetivo:** Indagar si los empleados son capaces mantener relaciones interpersonales.

**Cuadro N° 40**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	21	91%
No	2	9%
¿Por qué?	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 36**



**Interpretación:** Es notable que los empleados son capaces de mantener relaciones amistosas, lo cual resulta favorable para el personal, para brindar el servicio de atención al cliente dado que es una base fundamental, además de ser un medio que ayuda a desarrollarse en la vida diaria y así mismo determina el éxito en el trabajo puesto que el cliente es el punto central.

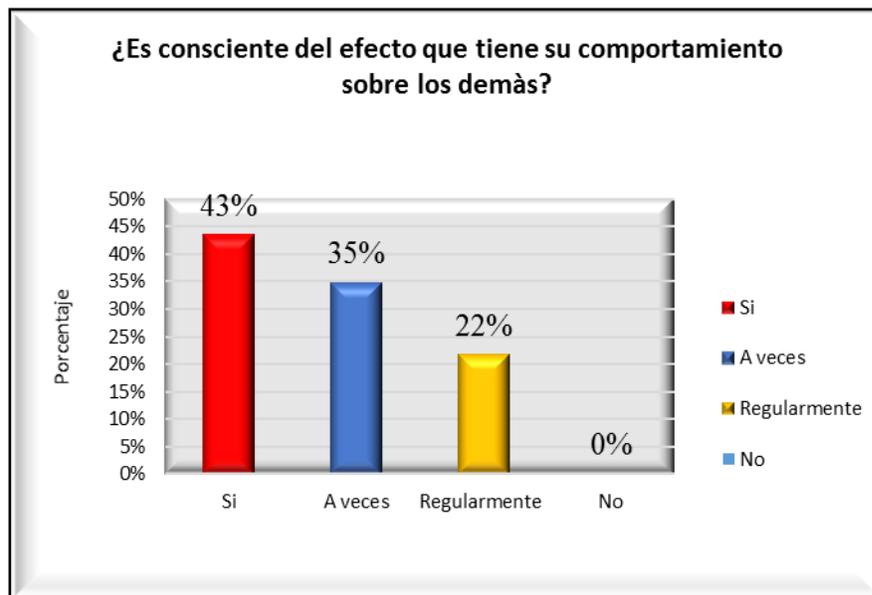
**Pregunta 11:** ¿Es consciente del efecto que tiene su comportamiento sobre los demás?

**Objetivo:** Identificar la empatía que tienen los empleados

**Cuadro N° 41**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	43%
A veces	8	35%
Regularmente	5	22%
No	0	0%
Total	23	100%

**Gráfico N° 37**



**Interpretación:** los empleados del parque acuático Amapulapa son conscientes del efecto que tiene el comportamiento sobre los demás, es decir que son capaces de entender las necesidades y ponerse en el lugar de los demás. Por lo tanto, tienen la habilidad de escuchar y entender a las personas.

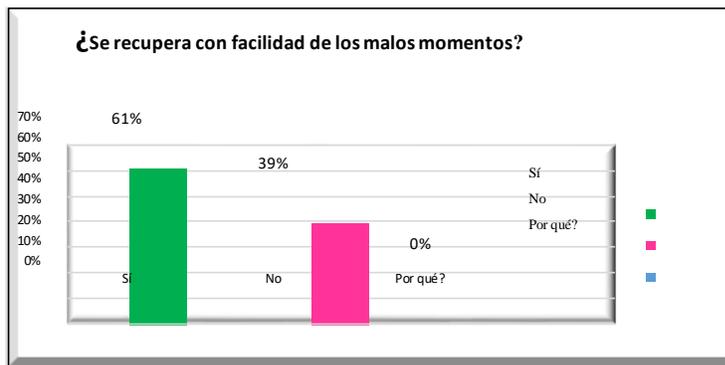
**Pregunta 12:** ¿Se recupera con facilidad de los malos momentos?

**Objetivo:** Averiguar el grado de optimismo que tienen los empleados ante situaciones inesperadas.

**Cuadro N° 42**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	61%
No	9	39%
¿Por qué?	0	0%
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N° 38**



**Interpretación:** la mayor parte de los empleados se recuperan con facilidad de los malos momentos lo cual se debe a varios factores tales como un ambiente grato en el trabajo de tal manera que potencia actitudes positivas que generan un mejor control de emociones. Por otra parte, existe una minoría a la cual se le hace más difícil recuperarse de los malos momentos.

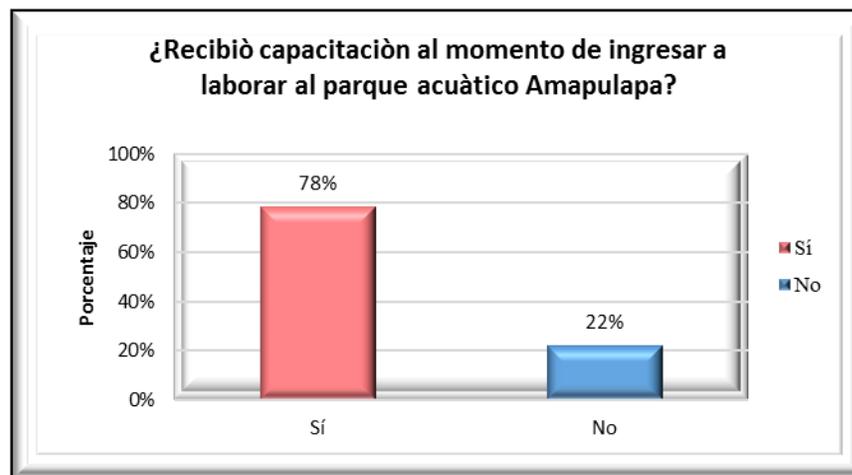
**Pregunta 13:** ¿Recibió capacitación al momento de ingresar a laborar al parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** Indagar si reciben capacitación

**Cuadro N° 43**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	78%
No	5	22%
Total	23	100%

**Gráfico N° 39**



**Interpretación:** La mayoría de los empleados recibió capacitación cuando ingresó a laborar al parque acuático Amapulapa, lo cual es bueno dado que recibieron inducción para realizar sus labores y la minoría que no recibió capacitación se debe a que no fue formal ya que solamente se les indicó su puesto de trabajo y con ayuda de los demás empleados para guiarse en sus labores diarias.

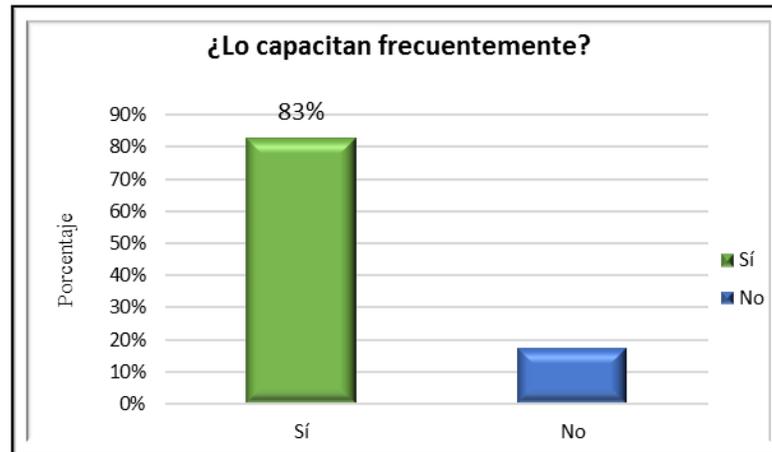
**Pregunta 14:** ¿Lo capacitan frecuentemente?

**Objetivo:** Identificar si los empleados reciben capacitaciones frecuentemente.

**Cuadro N° 44**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	83%
No	4	17%
Total	23	100%

**Gráfico N° 40**



**Interpretación:** la mayoría de los empleados recibe capacitaciones frecuentes en su área de trabajo, lo cual es positivo para fortalecer el desempeño de sus labores y ampliar sus conocimientos diarios además de promover el compañerismo.

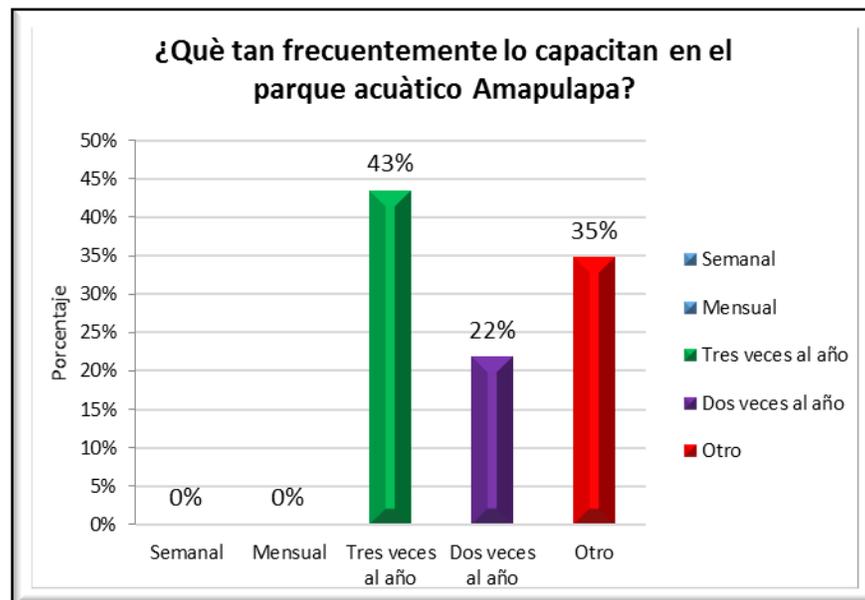
**Pregunta 15:** Qué tan frecuentemente lo capacitan en el parque acuático Amapulapa?

**Objetivo:** Indagar con qué frecuencia capacitan a los empleados del parque acuático Amapulapa.

**Cuadro N° 45**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0%
Mensual	0	0%
Tres veces al año	13	57%
Dos veces al año	5	22%
Otro	5	22%
Total	23	100%

**Gráfico N° 41**



**Interpretación:** Es notable que los empleados reciben en su mayoría capacitaciones aproximadamente tres veces al año, lo cual resulta favorable, dado que entre más capacitados se encuentren poseen un mayor desempeño laboral, sin embargo, existe una minoría que no menciona el número de capacitaciones que reciben.

**Pregunta 16:** ¿Considera que es necesario que se brinde capacitación en el trabajo?

**Objetivo:** Conocer el interés que tienen los empleados sobre la capacitación.

**Cuadro N° 46**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	87%
No	3	13%
Total	23	100%

**Gráfico N° 42**



**Interpretación:** los empleados manifiestan que si es importante que se les brinde capacitación debido a muchos factores tales como a fortalecer sus competencias, adquirir nuevos conocimientos, nuevos métodos de trabajo, lo cual conlleva a un mejor desarrollo de sus labores.

**Pregunta 17:** ¿En qué áreas ha recibido capacitación?

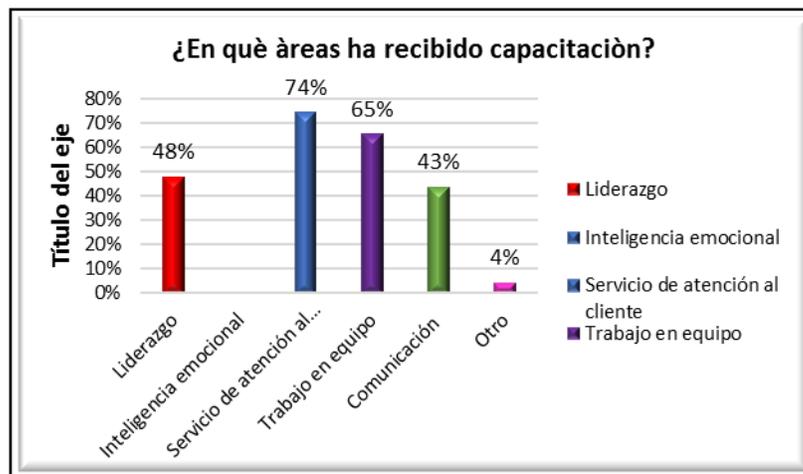
**Objetivo:** Conocer el área en la cual los empleados han recibido la capacitación.

**Cuadro N° 47**

Áreas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Liderazgo	11	48%
Inteligencia emocional	0	0%
Servicio de atención al cliente	17	74%
Trabajo en equipo	15	65%
Comunicación	10	43%
Otro	1	4%

n=23

**Gráfico N° 43**



**Interpretación:** los empleados del parque acuático han recibido capacitaciones generalmente en las áreas de servicio de atención al cliente y trabajo en equipo lo cual resulta favorable dado que ayuda a fortalecer las competencias y conocimientos del personal mientras en el área de inteligencia emocional no han recibido capacitación.

**Pregunta 18:** ¿Considera importante que se evalúe la atención que brinda al cliente?

**Objetivo:** Determinar el grado de importancia sobre la evaluación del servicio de atención al cliente que perciben los empleados.

**Cuadro N° 48**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	78%
No	5	22%
Total	23	100%

**Gráfico N° 44**



**Interpretación:** la mayoría de los empleados considera que es necesario que se evalúe el servicio de atención al cliente puesto que lo consideran un elemento clave en su trabajo por el cual pueden aprender nuevas estrategias que ayuden a mejorar su trabajo, a erradicar debilidades, amenazas entre otros factores. Sin embargo, existe una parte del personal que no le interesa.

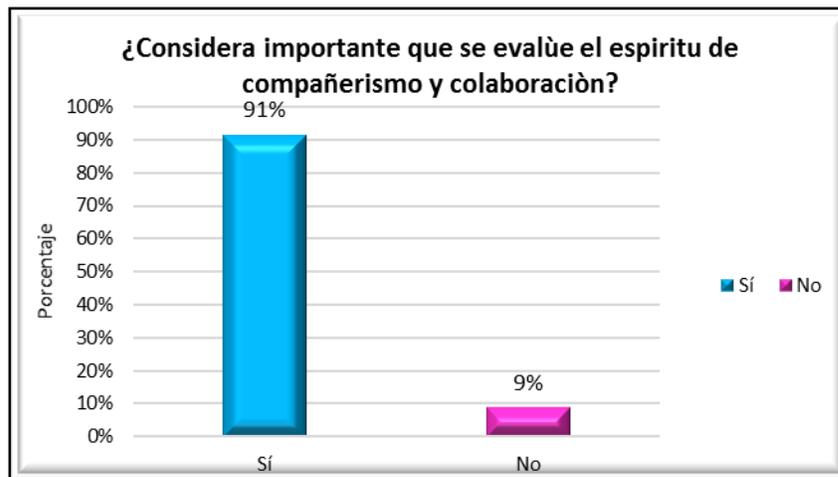
**Pregunta 19:** Considera importante que se evalúe el espíritu de compañerismo y colaboración?

**Objetivo:** Identificar la importancia del compañerismo y colaboración para los empleados.

**Cuadro N° 49**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	21	91%
No	2	9%
Total	23	100%

**Gráfico N° 45**



**Interpretación:** los empleados consideran que es necesario que se evalúe el espíritu de compañerismo y colaboración en el trabajo dado que es un factor clave para el trabajo en equipo lo cual aumenta las posibilidades de erradicar amenazas además de ello genera un mejor ambiente laboral y desarrollar un trabajo más eficiente.

# **ANEXO 5**

**Guía de entrevista dirigida al  
administrador del parque  
acuático Amapulapa**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL PARQUE  
ACUÁTICO AMAPULAPA, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

**Persona entrevistada:** Juan Ángel Solórzano

**Institución:** Parque Acuático Amapulapa

**Puesto que desempeña:** Administrador del parque acuático

**Objetivo:** Recopilar información fiable y relevante del encargado de administrar el parque acuático Amapulapa, con el fin de conocer el estado actual del centro turístico y así poder determinar qué factores influyen directamente en el servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados en sus actividades laborales.

Estimado reciba un cordial saludo de parte de las estudiantes egresadas de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Por este medio le solicitamos su valiosa colaboración, debido a que estamos realizando una investigación en el parque acuático Amapulapa.

Mucho agradeceremos su valiosa colaboración para poder responder las diferentes interrogantes que se presentan en la siguiente guía de entrevista, siendo su opinión valedera e importante para la realización de dicha investigación. La información será con fines académicos y totalmente confidenciales.

**Indicaciones:** Conteste las siguientes preguntas según corresponda su criterio.

1. ¿Cuenta el parque acuático Amapulapa con una misión, visión, valores y estructura organizativa definida para su cumplimiento?
2. ¿Cuentan con metas y objetivos definidos por las diferentes entidades encargadas del parque acuático Amapulapa?
3. De los diferentes servicios que ofrece el parque acuático Amapulapa, ¿Cuál considera que debe mejorarse y por qué?
4. ¿Considera que el parque acuático cuenta con todos los recursos necesarios e indispensables?
5. ¿Percibe que se cuenta con el personal suficiente y totalmente capacitado para brindar los servicios que ofrece el parque acuático Amapulapa?

6. ¿Considera que los servicios ofrecidos por el parque acuático Amapulapa cumplen con las expectativas que esperan los turistas?
7. ¿Qué tipos de promociones se realizan en el parque acuático Amapulapa para atraer a los turistas?
8. ¿Poseen todos los implementos necesarios para poder brindar un buen mantenimiento periódico al parque acuático?
9. ¿Considera pertinente el mejoramiento de la infraestructura con la que cuenta el parque acuático? Si es afirmativo ¿Qué áreas deben de mejorarse?
10. ¿Cuentan con diferentes señalizaciones en el parque acuático para que los turistas puedan guiarse sin ningún problema?

Sí

No

Si su respuesta fue negativa explique el motivo:

- 
11. ¿En algún momento han intentado crear una alianza estratégica con empresas dedicadas a ofrecer promocionales o paquetes turísticos para la atención masiva de los clientes?
  12. ¿Existe alguna otra institución que le brinde apoyo de diversas maneras al parque acuático?
  13. ¿Con anticipación se ha implementado algún tipo de promociones dentro del parque para poder así aumentar la demanda de turística?
  14. ¿A través de qué medios han hecho uso para dar a conocer el parque acuático Amapulapa?
  15. ¿Qué estrategias de atractivo promocional han implementado últimamente?
  16. Según sus datos periódicos ¿cuántos clientes por semana visitan el parque acuático Amapulapa tanto en temporada normal y en temporada vacacional?
  17. ¿Ha presenciado algún comentario negativo acerca del trato que brinda el personal del parque acuático hacia sus visitantes?
  18. ¿Qué aspectos considera usted que se deben mejorar dentro del parque acuático para brindar un mejor servicio al cliente?

19. ¿Podría brindar algunas recomendaciones que usted considera mejoraría la calidad de los servicios ofrecidos en el parque acuático

20. ¿Capacitan frecuentemente a los empleados del parque acuático Amapulapa?

Sí

No

21. Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de capacitación les brindan en este parque acuático?

22. ¿Considera necesario que los empleados del acuático de Amapulapa reciban capacitación en el área de servicio de atención al cliente?

Sí

No

¿Por qué?

**Muchas gracias**

**Encuestó:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

# ANEXO 6

**Recopilación de información de  
la Guía de entrevista dirigida al  
administrador del parque  
acuático Amapulapa**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL  
ADMINISTRADOR DEL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA, UBICADO EN  
EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE.**

**Persona entrevistada:** Juan Ángel Solórzano

**Institución:** Parque Acuático Amapulapa

**Puesto que desempeña:** Administrador del parque acuático

**Objetivo:** Recopilar información fiable y relevante del encargado de administrar el parque acuático Amapulapa, con el fin de conocer el estado actual del centro turístico y así poder determinar qué factores influyen directamente en el servicio de atención al cliente que ofrecen los empleados en sus actividades laborales.

Estimado reciba un cordial saludo de parte de las estudiantes egresadas de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Por este medio le solicitamos su valiosa colaboración, debido a que estamos realizando una investigación en el parque acuático Amapulapa.

Mucho agradeceremos su valiosa colaboración para poder responder las diferentes interrogantes que se presentan en la siguiente guía de entrevista, siendo su opinión valedera e importante para la realización de dicha investigación. La información será con fines académicos y totalmente confidenciales.

**Indicaciones:** Conteste las siguientes preguntas según corresponda su criterio.

1. ¿Cuenta el parque acuático Amapulapa con una misión, visión, valores y estructura organizativa definida para su cumplimiento?

R// Sí actualmente contamos con misión, visión, valores y una estructura organizativa dependiente del Instituto Salvadoreño de Turismo.

2. ¿Cuentan con metas y objetivos definidos por las diferentes entidades encargadas del parque acuático Amapulapa?

R// Sí

3. De los diferentes servicios que ofrece el parque acuático Amapulapa, ¿Cuál considera que debe mejorarse y por qué?

R//Las aguas de las piscinas porque el tratamiento actual no es el más adecuado por el tipo de Cloro que se aplica al piso de las piscinas.

4. ¿Considera que el parque acuático cuenta con todos los recursos necesarios e indispensables?

R// No, es necesario más personal.

5. ¿Percibe que se cuenta con el personal suficiente y totalmente capacitado para brindar los servicios que ofrece el parque acuático Amapulapa?

R//El personal no es suficiente, pero si está capacitado.

6. ¿Considera que los servicios ofrecidos por el parque acuático Amapulapa cumplen con las expectativas que esperan los turistas?

R//Sí

7. ¿Qué tipos de promociones se realizan en el parque acuático Amapulapa para atraer a los turistas?

R// Programa de buses alegres y cobro de 2x1.

8. ¿Poseen todos los implementos necesarios para poder brindar un buen mantenimiento periódico al parque acuático?

R// No poseemos los implementos necesarios, dado que hay limitantes, sin embargo con lo poco que hay ofrecemos lo mejor al visitante.

9. ¿Considera pertinente el mejoramiento de la infraestructura con la que cuenta el parque acuático? Si es afirmativo ¿Qué áreas deben de mejorarse?

R// Sí, especialmente en la entrada principal es necesario mejorar la caseta de cobro de ingreso.

10. ¿Cuentan con diferentes señalizaciones en el parque acuático para que los turistas puedan guiarse sin ningún problema?

Sí

No

Si su respuesta fue negativa explique el motivo:

---

11. ¿En algún momento han intentado crear una alianza estratégica con empresas dedicadas a ofrecer promocionales o paquetes turísticos para la atención masiva de los clientes?

R// No

12. ¿Existe alguna otra institución que le brinde apoyo de diversas maneras al parque acuático?

R// No, porque cuando hemos solicitado ayuda a otras instituciones siempre exigen promocionar sus productos o solicitan tiquetes de entradas gratis.

13. ¿Con anticipación se ha implementado algún tipo de promociones dentro del parque para poder así aumentar la demanda de turística?

R// Eventos musicales se invitan artistas nacionales y extranjeros.

14. ¿A través de qué medios han hecho uso para dar a conocer el parque acuático Amapulapa?

R// Sí a través de redes sociales y pagina web.

15. ¿Qué estrategias de atractivo promocional han implementado últimamente?

R// Redes sociales y canales de tv.

16. Según sus datos periódicos ¿cuántos clientes por semana visitan el parque acuático Amapulapa tanto en temporada normal y en temporada vacacional?

R// Aproximado de 1700 semana normal y 18,164 temporada vacacional.

17. ¿Ha presenciado algún comentario negativo acerca del trato que brinda el personal del parque acuático hacia sus visitantes?

R// Sí, algunos de los comentarios negativos que hemos recibido es la falta de orientación y la estadía de perros ambulantes.

18. ¿Qué aspectos considera usted que deben mejorarse dentro del parque acuático para brindar un mejor servicio al cliente?

R// Erradicar la estada de los perros ambulantes pues sacan los desperdicios de alimentos de los basureros y el personal no es capaz de mantener siempre limpio el parque acuático.

19. ¿Podría brindar algunas recomendaciones que usted considera mejoraría la calidad de los servicios ofrecidos en el parque acuático

R// Mejorar el piso de las piscinas y eliminar algas, erradicar las estadas de perros ambulantes.

20. ¿Capacitan frecuentemente a los empleados del parque acuático Amapulapa?

Sí  No  Algunas veces

21. Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de capacitación les brindan en este parque acuático?

R// Trabajo en equipo.

Atención al cliente.

Fomento a la unidad.

22. ¿Considera necesario que los empleados del acuático de Amapulapa reciban capacitación en el área de servicio de atención al cliente?

Sí  No  ¿Por qué?

R// Para ampliar y mejorar conocimiento, estrategias, ideas, actualizar método y técnicas, además de mejorar el trabajo en equipo y comunicación.

# ANEXO 7

## **Guía de observación**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**GUÍA DE OBSERVACIÓN A REALIZAR EN EL PARQUE ACUÁTICO  
AMAPULAPA.**

**Objetivo:** identificar aspectos importantes del parque acuático Amapulapa con el objeto de conocer la realidad del mismo.

**DATOS GENERALES**

**Área que observar:** Parque acuático Amapulapa.

**A. Aspectos ambientales**

**Limpieza del lugar:**

---

---

---

**Clima:**

---

---

---

**B. Infraestructura:**

**Acceso al centro turístico:**

---

---

---

**Limpieza de los sanitarios:**

---

---

---

**Vestidores:**

---

---

---

**Parqueo vehicular:**

---

---

---

**Comedores:**

---

---

---

**Cabañas:**

---

---

---

**Hamacas:**

---

---

---

**Mesas y sillas:**

---

---

---

**Zonas verdes:**

---

---

---

**C. Atención al cliente:**

---

---

---

**Cortesía:**

---

---

---

**Comunicación:**

---

---

---

**Presentación del empleado:**

---

---

---

**Atención rápida:**

---

---

---

**Orientación al cliente:**

---

---

---

**D. Higiene y seguridad:**

**Señalización de zonas:**

---

---

---

**Guardavidas:**

---

---

---

**Limpieza en las piscinas:**

---

---

---

# ANEXO 8

## **Recopilación de información de la Guía de observación**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**GUÍA DE OBSERVACIÓN QUE SE REALIZÓ EN EL PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA.**

**Objetivo:** identificar aspectos importantes del parque acuático Amapulapa con el objeto de conocer la realidad del mismo.

**DATOS GENERALES**

**Área a observar:** Parque acuático Amapulapa.

**A. Aspectos ambientales**

**Limpieza del lugar:**

La limpieza del parque acuático es un poco deficiente en el área de las cabañas y mesas cercanas a las piscinas respecto a los depósitos de basura dado que hay una gran cantidad de perros ambulantes que extraen los desperdicios del basurero, por lo tanto esto genera un mayor trabajo para los empleados, quienes no alcanzan a recolectar todos los desperdicios lo cual genera un aspecto poco agradable.

**Clima:**

El clima es fresco por la mañana debido a la abundante vegetación y por la tarde un poco caluroso.

## **Condiciones del parque:**

### **B. Infraestructura:**

#### **Acceso al centro turístico:**

La calle de acceso en algunos tramos se encuentra en buen estado lo que facilita el ingreso a los vehículos.

#### **Limpieza de los sanitarios:**

El parque acuático cuenta con dos sanitarios uno para hombres y otro para damas, en cuanto a la limpieza se mantienen lo suficientemente limpios, para los visitantes.

#### **Vestidores:**

Respecto a los vestidores cuenta con dos vestidores para hombres y dos para mujeres, pero a pesar de ello no son lo suficiente para atender la demanda de los visitantes en días festivos, vacaciones y fin de año.

#### **Parqueo vehicular:**

El parqueo Vehicular es bastante amplio lo cual facilita la ubicación de los vehículos y autobuses.

#### **Comedores:**

Cuenta con 12 merenderos y las ventas de comidas típicas cerca de las cabañas y piscinas, en la cual los visitantes tienen precios accesibles.

#### **Cabañas:**

Las cabañas se encuentran en buen estado y tienen una excelente ubicación con respecto a la cercanía de las piscinas, aéreas de juegos para niños y el comedor, en cuánto a la limpieza de los alrededores se encuentra deficiente.

**Hamacas:**

Respecto al alquiler de hamacas se encuentra a un precio accesible de \$2.00 y estas se encuentran en buen estado para hacer uso de ellas.

**Mesas y sillas:**

Respecto a las mesas y sillas se encuentran en buen estado para hacer uso de ellas, además de ello la cantidad que hay no son suficientes para satisfacer la demanda de visitantes en días festivos del año.

**Zonas verdes:**

Algo importante de resaltar es la belleza de las zonas verdes del lugar, debido a que el personal les da un excelente mantenimiento, esta situación genera un ambiente agradable a la vista de los visitantes.

**C. Atención al cliente:****Cortesía:**

Al momento de ingresar al parque existe cortesía en algunos de los empleados, pero en otros no, por lo tanto, no todos los clientes se encuentran satisfechos con la atención y servicio por parte de los empleados del parque acuático Amapulapa.

**Comunicación:**

La comunicación y el lenguaje usado por el personal de servicio muchas veces no es el adecuado al tratar de interactuar con el cliente, dado que se encuentran un poco deficiente en cuanto al servicio que brinda al visitante según lo observado.

**Presentación del empleado:**

En cuanto a la presentación del empleado poseen un uniforme con el cual se encuentran debidamente identificados como personal del parque acuático Amapulapa.

**Atención rápida:**

Al momento de ingresar al parque la atención de manera rápida y eficaz para los visitantes, en cuanto a la atención para orientar es deficiente.

**Orientación al cliente:**

En cuanto a la orientación al cliente es deficiente dado que cuando los visitantes necesitan orientación sobre donde se encuentra ubicado un lugar de interés para ello no hay empleados asignados a esa labor, por lo tanto, a los visitantes se les dificulta orientarse respecto a las zonas del parque acuático.

**D. Higiene y seguridad:****Señalización de zonas:**

Falta señalización de zonas para el área de piscinas de niños, en cuanto a comedores, desvestideros, salidas de emergencia.

**Guardavidas:**

Respecto a los Guardavidas no hay suficientes dado que el parque acuático cuenta con dos parques puesto que no es lo suficiente para brindar seguridad a los visitantes en cuanto a la piscina de niños se encuentra poco segura debido a la falta de salva vidas.

**Limpieza en las piscinas:**

Se observó deficiente las piscinas de niños que se encuentra contiguo a una tienda de artesanías, y ventas de comidas típicas, puesto que se pudo ver hojas de árboles y algas.

# **ANEXO 9**

**Fotos del parque acuático  
Amapulapa**

**PARQUEO**



**PISCINAS**



**TOBOGANES**



**CANCHA**



**CABAÑAS**



**BAÑOS Y DESVESTIDEROS**





**JUEGOS PARA NIÑOS**

**MESAS**



**HAMACAS**



**COMEDORES Y VENTAS**



**ADMINISTRADOR DEL PARQUE ÁCUATICO**



# ANEXO 10

**Cotizaciones del INSAFORP**

De conformidad al acuerdo del Consejo Directivo N°1674-06-2017, de sesión 396/2017, de la fecha veintidós de junio de dos mil diecisiete, los servicios de capacitación en el marco de la formación continua para la ejecución de cursos abiertos, mediante la modalidad de compra de participaciones, según lo recomendado de la Comisión de Evaluación de ofertas de la siguiente manera:

ÁREA DE CAPACITACIÓN	PARTICIPACIONES ADJUDICADAS	MONTO ADJUDICADO
<b>Administración y desarrollo del recurso humano (16 HORAS)</b>	995	\$127,360.00
	120	\$ 15,360.00
	455	\$ 60,060.00
	385	\$ 52,360.00
	250	\$ 34,600.00
	315	\$ 44,604.00
	280	\$ 40,320.00
	210	\$ 28,560.00
	175	\$ 19,880.00
	140	\$ 17,472.00
	105	\$ 14,700.00
<b>Administración y desarrollo del recurso humano (8 HORAS)</b>	70	\$ 10,024.00
	125	\$ 14,400.00
	115	\$ 12,696.00
	95	\$ 11,324.00
	75	\$ 9,000.00
	45	\$ 6,120.00
	35	\$4,000.00
	40	\$2,400.00
27	\$1,080.00	
	23	\$920.00